Editorial Fundamentos
COLECCIÓN CIENCIA SERIE GÉNERO

La enorme influencia social que ostentan los medios de cultura de masas, esos poderes blandos (*soft power*) que suelen reflejar los intereses de las instituciones dominantes, radica en que conforman nuestra existencia y las creencias que consideramos íntimas de un modo insidioso. Acudimos al cine, vemos una serie, leemos relatos de ficción como una forma de evasión y divertimento, abandonándonos al placer que nos producen e inconscientes de su enorme poder adoctrinador. Por ello, desde una perspectiva feminista crítica resulta imprescindible analizar las nuevas formas de representación de la mujer que nos proponen.

Este volumen nos proporciona los instrumentos para detectar y deconstruir los dispositivos sexistas tras las figuras femeninas de la cultura pop: desde las guerreras hipersexualizadas de finales del siglo XX, a las heroínas inteligentes pero problemáticas de la última década; de las sempiternas muñecas maternales, a la ineludible Barbie. Se dibuja así el correlato emblemático del proceso de integración de las mujeres al mundo del trabajo asalariado: a la libertad que ello les concede se contraponen las exigencias de no descuidar su belleza ni faltar a sus otras "obligaciones femeninas". De este modo, las producciones *mainstream* han convertido a las princesas de antaño en las súper mujeres de ahora, nuevas representaciones de un mismo poder simbólico, hábilmente camuflado como realidad natural e ineludible.

Asunción Bernárdez Rodal es profesora titular en la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid (UCM). Sus principales líneas de investigación son los Estudios Feministas, de Género y Visuales y la Semiótica de los medios de masas sobre los que ha publicado más de cincuenta artículos académicos y varios libros, entre ellos *Mujeres en medio(s). Propuestas para analizar la comunicación masiva con perspectiva de género* (núm. 354 de esta misma colección). En la actualidad es directora del Instituto de Investigaciones Feministas de la UCM.


ISBN: 978-84-245-1367-2



365

SOFT POWER: HEROÍNAS Y MUÑECAS EN LA CULTURA MEDIÁTICA / ASUNCIÓN BERNÁRDEZ RODAL



Editorial Fundamentos

ASUNCIÓN BERNÁRDEZ RODAL

SOFT POWER:

Heroínas y muñecas en la cultura mediática

EDITORIAL FUNDAMENTOS
colección Ciencia

Editorial Fundamentos está orgullosa de contribuir con más del 0,7% de sus ingresos a paliar el desequilibrio frente a los Países en Vías de Desarrollo y a fomentar el respeto a los Derechos Humanos a través de diversas ONG.

Este libro ha sido impreso en papel ecológico en cuya elaboración no se ha utilizado cloro gas.

Esta obra ha recibido una ayuda a la edición del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.

Editorial Fundamentos
Caracas, 15. 28010 Madrid. 913 199 619
fundamentos@editorialfundamentos.es
www.editorialfundamentos.es

Primera edición, 2018
ISBN: 978−84−245−1367−2
Depósito Legal: M−4 315−2018

Impreso en España. Printed in Spain
Composición: Editorial Fundamentos
Impreso por: CLM Artes Gráficas

Diseño de cubierta: Juan Carlos Gauli y Paula Serraller
Fotografía de cubierta:

Índice

Prólogo

El poder de la imagen es también la imagen del poder. Nos hallamos en un entorno inédito de imágenes y relatos ficcionales pero carecemos de los instrumentos indispensables para detectar y deconstruir sus mensajes normativos ocultos. En todas las edades de la vida experimentamos su influencia, aunque, indudablemente, la infancia y la adolescencia son cruciales en este aspecto.

Nos cuentan historias de la lucha entre el bien y el mal, nos ofrecen modelos de belleza, de autoridad y de éxito y troquelan nuestras necesidades y deseos. No son fruto de una conspiración, sino del juego de poderosos intereses, fuerzas e inercias que constituyen las sociedades actuales. Imperceptiblemente, dirigen nuestras vidas tomando el relevo de formas precedentes de control. Kant afirmó que Ilustración era salir de la "culpable minoría de edad" en la que permanecía quien, rigiéndose por la opinión de tutores religiosos y políticos, renunciaba a su autonomía, a su propia capacidad de juzgar y actuar en consecuencia. Hoy, como ayer, para no perder la libertad, hay que disponer de las armas del pensamiento crítico. De ahí la extrema importancia de este libro.

Transmitir en un discurso claro, límpido y transparente, como el de Asun Bernárdez, ideas que son el resultado de un largo estudio no es tarea fácil. Solo es posible cuando se escribe desde un profundo conocimiento del tema abordado. He leído esta obra con gran interés y placer. El gran interés que suscitó en mí se debe a dos razones: por un lado, la competencia de la autora en el ámbito

de la comunicación, por otro, la extrema importancia de contar con un examen del poder patriarcal en el universo simbólico actual; un análisis que no condene sin paliativos a la cultura de masas, que sea capaz de reconocer sus cualidades y atractivos pero que, al mismo tiempo, invite a una oportuna hermenéutica de la sospecha feminista. En cuanto al placer que me produjo su lectura, se debe a un estilo ágil que entrelaza materiales de absoluta actualidad como series y películas, información especializada, interpretaciones muy pertinentes y anécdotas personales que introducen a menudo temas de gran complejidad con la sencillez y la profundidad de alguien que ha comprendido en toda su vibrante realidad el lema feminista *lo personal es político*.

Hace años, diferencié dos tipos de patriarcado a los que llamé *patriarcado de coerción* y *patriarcado de consentimiento*. Vivimos en el segundo tipo, es decir, en un sistema de sexo-género que reproduce la desigualdad pero no lo hace a través de leyes excluyentes escritas o consuetudinarias y castigos violentos para quienes las incumplen. En esta organización del consentimiento propia de las sociedades más modernas, ciertas formas amables y sutiles del mundo de lo simbólico tienen un enorme peso en la perpetuación de la desigualdad. Los mismos sujetos encuentran seductor y deseable aquello que les oprime y lo buscan sin necesidad de que se les obligue por medio del empleo de la fuerza.

El espectacular desarrollo tecnológico de los medios de comunicación ha permitido que las imágenes e historias de ficción adquieran una importancia capital en nuestras vidas, reforzando y alimentando viejas y nuevas formas de la división sexual del trabajo, la brecha salarial, el status de género y otros aspectos de la subordinación de las mujeres.

Por ello, es imprescindible contar con análisis de la cultura *mainstream* como el realizado por Asun Bernárdez. Abordar esta temática tan atractiva como fundamental implica hablar del poder, un poder que construye identidades y permea todas las capas del tejido social con tanta más fuerza cuanto que "enseña deleitando", sin que percibamos siquiera que estamos internalizando modelos y normas opresoras.

Heroínas y muñecas son las dos formas que estudia este libro para desentrañar la continuidad y la transformación de los modelos femeninos propuestos en la cultura mediática. Resulta fascinante seguir su análisis desde las "mujeres fálicas", guerreras hipersexualizadas, como Lara Croft, que emergen hacia finales del siglo XX como trasunto comercial de las reivindicaciones hasta las heroínas actuales, que Bernárdez considera menos sexualizadas y más cercanas a los ideales y discursos de una nueva generación de jóvenes más crítica e interesada por las luchas colectivas. En cuanto a las muñecas, el recorrido que va desde las figuras maternales del siglo XIX a la Barbie aparece convincentemente interpretado como el correlato simbólico del proceso de integración de las mujeres en el

ámbito del trabajo asalariado con la condición de conservar la feminidad, entendida ahora como belleza compatible con la eficiencia. No en vano, Barbie nace en los años cincuenta, la época de lo que Betty Friedan llamó "el mal que no tiene nombre": la frustración de las norteamericanas encerradas en el hogar.

"No vemos mujeres, sino representaciones de muñecas", nos advierte Asun Bernárdez. La despersonalización, hipersexualización, serialización y cosificación son el lado oscuro de la atractiva imagen femenina. En la construcción de la identidad de género, se entrecruzan sexismo, clasismo, racismo y edadismo (o prejuicio excluyente de edad). Las manipulaciones impuestas son más exigentes en el caso de la feminidad. Esta función normativa de las imágenes tiene graves costes para los cuerpos reales, nos recuerda acertadamente la autora.

¿Crece el poder de las mujeres cuando el *soft power* presenta figuras femeninas destacadas? Frente al escepticismo de Audre Lorde que sostenía que las herramientas del amo no pueden ser utilizadas para destruir su casa, Asun Bernárdez se muestra optimista y apuesta por la paridad. Observa que ya ha pasado la época de ser posmodernas y postfeministas. Diez años después de la crisis de 2008 y gracias a una conjunción de factores económicos sociales y culturales entre los que se encuentra la emergencia de las redes sociales como nexo más horizontal y democrático de información y opinión, el feminismo se ha revitalizado y sus reivindicaciones tienen una gran visibilidad pública. Optimista pero no ingenua, nuestra autora señala también la posibilidad de que el auge actual del feminismo termine convertido en un nicho de mercado más, devorado por la capacidad de apropiación del capitalismo de consumo.

La cultura mediática es política y el análisis que de ella hace este libro es política feminista. Con sus imprescindibles aportaciones, con sus interrogantes abiertos, disfrutar de los mundos ficcionales se acompañará del placer del intelecto y del ejercicio de la conciencia crítica. Porque solo con lucidez y voluntad emancipadora, tendremos un futuro de libertad e igualdad.

Alicia H. Puleo
Cátedra de Estudios de Género de la Universidad de Valladolid
e Instituto de Investigaciones Feministas de
la Universidad Complutense de Madrid

Presentación de la autora

A todas las que me ayudáis a pensar,
a todas las que me ayudáis a vivir

Este libro habla del poder que tienen los medios de comunicación para intervenir en la formación de nuestra ideología. Para ello tomo prestado un concepto de la teoría política ampliamente utilizada en la actualidad por la crítica cultural: *soft power*. Este anglicismo significa "poder blando" y fue inventado por el teórico Joseph Nye, quien lo acuño en los años noventa para explicar cómo los medios culturales e ideológicos pueden ponerse al servicio de los Estados. *Soft power* se opone a *hard power:* los poderes duros, como pueden ser el poder económico o las estructuras coercitivas del Estado tales como el ejército o la policía.

Voy a hablar de cultura, pero no de cualquier cultura, sino de la que se produce de forma industrializada y que aspira a llegar al mayor número posible de personas. Se la denomina en inglés *mainstream*, y se refiere a los productos culturales que entran masivamente en nuestros hogares y en nuestros dispositivos electrónicos. Me interesa, sobre todo, analizar lo que ve la mayoría de la gente, lo que está más disponible en nuestras pantallas, en nuestras plataformas de vídeo, lo que recorre las redes sociales. Son esos textos audiovisuales que vemos sin darle mucha importancia porque son, aparentemente, simples entretenimientos para los ratos de ocio.

Estoy convencida de que esta nueva forma de cultura pop tiene un gran poder educativo, aunque no se lo proponga ni sea su finalidad. De todo el potencial ideológico de los productos culturales, escogeré el de las construcciones de

sexo-género porque soy feminista y creo firmemente que un mundo más igualitario sería un mundo mejor. Para mí los análisis de medios son también una forma de hacer política. Los objetos que decidimos analizar y los instrumentos que aplicamos para entrar en ellos, son decisiones cargadas de ideología.

Este texto no pretende ser académico ni tampoco sistemático. Su objetivo es analizar cómo las producciones *mainstream* que se producen en su mayoría en Estados Unidos, construyen los modelos de mujeres que más han gustado al público en los últimos tiempos: las nuevas heroínas y las muñecas. No haré un catálogo de obras literarias y películas, porque no es mi objetivo trazar un recorrido histórico. Lo que cuento tiene que ver más con una deriva emocional a partir de mis propios gustos y de mi propia experiencia como espectadora. Aquí no encontraréis una enumeración de estereotipos degradantes para las mujeres, sino un intento de entender lo que nos jugamos las mujeres de carne y hueso en los territorios de la ficción, de la invención y, en definitiva, de la imaginación.

En este libro hay datos, pero hay también muchas ideas que intentan abrazar la cultura generada por los medios desde distintos lugares. Es un devenir entre todos los elementos complejos que constituyen estas formas culturales fabricadas y distribuidas a través de los medios de comunicación. Es muy fácil decir que los medios maltratan la figura de las mujeres, pero yo me propongo ir un poco más allá intentando entender qué estrategias se ponen en marcha en nuestra cultura para conseguirlo.

Muñecas y heroínas son las dos formas estereotipadas más potentes de elaborar la feminidad en la cultura audiovisual. Hay otros estereotipos como las lolitas, las madres terribles o las madres abnegadas, las adolescentes descerebradas o las ancianas cascarrabias que podría haber tratado. Pero he tenido que escoger entre todos y el tema de la heroicidad asociado al poder de la violencia masculina es una de las construcciones simbólicas más arraigadas en las producciones audiovisuales que estereotipan los géneros, una construcción que desde luego no han inventado los medios de comunicación ya que está implícita en el devenir de la cultura. También la feminidad como una construcción artificial, inorgánica y manipulable es otro tema que siempre me ha apasionado estudiar y se concreta en las múltiples representaciones de muñecas en cualquier medio que trabaja con historias de ficción.

1. LA *FRACTALIDAD* DEL PODER PATRIARCAL, LA CULTURA MEDIÁTICA O EL CONSUELO DE LA TRIBU

> La forma más común de que la gente te entregue
> su poder es que crea que no lo tiene.
> ALICE WALKER

> Los colonizadores no solo mistifican a los nativos
> (…) sino que han de mistificarse a sí mismos.
> LAING, R.D.

Es una incógnita cómo el poder patriarcal se recompone una y otra vez en los sistemas políticos, cómo subyace a los cambios históricos, cómo se mantiene en las diversas culturas, y cómo se introduce en nuestras mentes y en nuestros cuerpos. Parte de su poder está en que puede permanecer invisible, camuflarse, y continuar al mismo tiempo omnipresente. Para mucha gente es un poder que no existe: la invención de feministas enloquecidas y resentidas. El mundo está bien como está, y resulta peligroso que las mujeres quieran conquistar el lugar donde están los hombres desde siempre, porque eso representa el caos y el desorden. Aun así, hoy contamos en algunos países con leyes que garantizan que somos iguales, y hay un feminismo popular difuso en nuestras sociedades que da por sentado que lo somos.

Miro el mundo y las diferencias están por todas partes, pero no son el problema, sino la desigualdad en el reparto de poder. Los hombres manejan el mundo: el poder político, el poder económico, el poder coercitivo (militar y policial), y también el poder simbólico. Ninguno de estos poderes actúa de forma independiente, en la práctica todas las formas del poder se entrelazan unas con las otras.

En este libro voy a hablar, sobre todo, del poder simbólico, que es el poder que tienen algunos individuos y grupos para imponer sus teorías e ideas a través de las cuales el resto de los seres humanos interpretamos lo que nos ocurre a lo largo de nuestras vidas. Esas teorías e ideas se expresan en palabras, en textos escritos, en imágenes. Esos textos pueden ser leyes y normas por las que regimos nuestro comportamiento, pero también son la literatura, la fantasía, la ficción y todas las historias que nos contamos y que nos vamos transmitiendo, generación tras generación, a través de los siglos.

El poder simbólico tiene al menos dos niveles. Por un lado están los discursos serios: los textos religiosos, legales, filosóficos, científicos, que tienen una función normativa. Este tipo de discursos nos dicen quienes somos, hacia dónde vamos, cómo tenemos que ordenar nuestra vida social, los límites en la manipulación del mundo, etcétera. Por otro lado, están los discursos ficticios: los textos literarios, el cine, las series de televisión, los videojuegos, que sirven para entretenernos, divertirnos y evadirnos de la realidad. Aprendemos que la ficción es una fantasía sobre el mundo cuyo poder deviene, no del principio de verdad, sino del principio de placer que nos produce consumirla. Nos encanta que nos cuenten historias, necesitamos relatar nuestra vida a los demás, disfrutamos de fantasear sobre cómo podría ser el mundo en otras circunstancias, cómo seríamos con otros cuerpos o qué le pasaría a la tierra si no existiésemos.

1.1 El poder simbólico

Estos son dos niveles distintos del poder simbólico que actúan de forma simultánea. Y lo que es más importante: los límites entre ambos son completamente borrosos en las sociedades actuales. Por ejemplo, ¿de dónde procede nuestra educación moral, de los textos religiosos o filosóficos? ¿De las tradiciones orales transmitidas de generación en generación? ¿De las películas del cine de Hollywood? ¿De las modernas productoras de ficción? La respuesta es que de un poco de todo. Lo que está claro es que durante el siglo XX se ha producido una enorme revolución que denominamos 'de la información' y que va mucho más allá de la simple acumulación de datos en grandes ordenadores.

La revolución de la información implica una gran producción y circulación de textos audiovisuales que tienen una serie de efectos, como difuminar las fronteras entre la realidad y la ficción. Hoy se habla mucho de post-verdad, de universos extendidos, de ¡post-humanismo! Y todo esto no lo hace la gente común, lo hacen grandes empresas que distribuyen productos audiovisuales que llegan a todos los rincones del mundo. Cuando hablamos de cultura pop o cultura mediática

debemos tener presente que no hablamos de cultura popular al modo tradicional. “El pueblo”, tal como existió hasta el siglo XIX, ya no existe. Ahora la cultura popular o mediática está producida por las industrias culturales, que tienen el mismo objetivo que cualquier otra industria: ganar dinero.

Las industrias cultuales producen material simbólico que es la base de los demás poderes, ya que nos enseñan a ordenar el mundo de una determinada forma: quién tiene derecho a mandar y quién debe obedecer, qué actos son admirables o despreciables, quién debe cuidar a quien, quiénes tienen derecho a acumular riqueza o quiénes se deben conformar con estar excluidos de ella. Nos enseñan a pensar los discursos serios o verdaderos que se transmiten sobre todo a través de las estructuras educativas formales, como escuelas y universidades, pero también los discursos ficticios como los que vemos en la televisión o en el cine. El poder simbólico también determina lo que está bien y lo que está mal, pero sobre todo es una guía sentimental y emocional. Orienta mis sentimientos cuando veo a alguien sufrir, cuando alguien me ofrece un halago o una crítica, cuando mi amante me abandona o me obsequia, cuando mi jefa muestra autoridad o condescendencia sobre mí, o cuando alguien no acepta mi autonomía o mi desamor.

El poder simbólico se camufla como una realidad natural que nos dice, por ejemplo, que los hombres tienen más poder que las mujeres y que así debe de ser. En los discursos serios, sobre todo en el legal, la desigualdad se ha ido corrigiendo (aunque no en todos los países) y ya nos dicen que somos todos iguales ante la ley. En los discursos ficticios, también se ha matizado: la representación del poder masculino sobre las mujeres se ha moderado en ciertos aspectos. Tenemos heroínas, mujeres fuertes, protagonistas interesantes y nuevos estereotipos de hombres y mujeres que se ajustan mejor a la realidad social. Sin embargo, no hay que ser grandes analistas para darnos cuenta de que los modelos convencionales de género siguen siendo los dominantes. Da la sensación de que a la mayor parte del público le gusta ver a los hombres en acción y triunfantes en su heroísmo, o al menos eso dicen los datos que arroja el cómputo de las películas más taquilleras en el cine comercial.

La hipótesis de este libro es que la dominación masculina se mantiene casi intacta (lo podemos comprobar en lo lento que cambian las cifras sobre desigualdad social), solo que ese poder se encuentra hoy más oculto, más camuflado, menos visible. En esa ocultación, los medios de comunicación tradicionales y las nuevas tecnologías de la información están contribuyendo a crear un trampantojo: parece que las mujeres ya no tenemos por qué luchar, ya que hemos conseguido la igualdad y que las feministas somos unas caprichosas resentidas que solo queremos llamar la atención. Es más, para el antifeminismo, las mujeres actúan de forma ventajista porque se aprovechan del sistema judicial y el bienestar social a su favor.

El poder patriarcal sigue existiendo sobre las bases ideológicas más convencionales, bajo el argumento de que hombres y mujeres tenemos cualidades físicas y mentales diferentes. Se trata del mismo grupo de ideas que se han venido utilizando desde la Ilustración para neutralizar las aspiraciones de igualdad. Ahora en España se ha puesto de moda llamar a las feministas *feminazis*, un vocablo ofensivo donde los haya y que muestra el resentimiento de algunos hombres con las mujeres que ya no quieren seguir desarrollando roles tradicionales.

Hace algunos años fui al colegio de mi hijo, a petición de una profesora, a hablar de la historia de las mujeres dentro de un programa de actividades de participación de los padres y las madres en las aulas. Mi hijo era pequeño y, pasados unos días al volver a casa, me preguntó: "Mamá, ¿tú eres feminista?". Yo le dije que sí. Él, con rabia, me dijo: "No me gustan las feministas". "¿Por qué?", le pregunté. "Porque todas son violentas", me contestó. Enseguida entendí que el niño debió pasar unos días no muy buenos, barruntando que su madre pertenecía a ese grupo de señoras incontroladas y violentas, pero había algo que no le encajaba y que, afortunadamente, le empujó a hablar conmigo. Es curioso este estereotipo de feminista-violenta que algunos de nuestros ínclitos escritores patrios sentados en nuestras Academias llaman feminazis. La explicación que di a mi hijo, a lo mejor le vale también a ellos porque es muy simple fue la siguiente: "Las feministas no han matado nunca a nadie". Debe de ser una de las pocas revoluciones sociales que no ha dejado un reguero de muertos. Y sin embargo, ahí están las palabras feas, para enmarañar las ideas en el cerebro de la gente.

Es un tópico decir que la revolución más importante del siglo XX ha sido la de las mujeres. ¿Qué quiere decir eso exactamente? En la cultura popular se refiere a que ya hemos conseguido tener representación política: podemos elegir representantes y ser nosotras mismas elegidas como tales, podemos trabajar a cambio de un salario y estar protegidas por una legislación laboral, también tenemos acceso a la formación académica o podemos hacer uso de anticonceptivos y controlar la natalidad. Todo esto es verdad. ¿Pero se merece esto el sustantivo de 'revolución'? A mí me parece un cuento bonito, porque la revolución de las mujeres está todavía por hacer, dadas las cifras de desigualdad que sigue arrojando la afilada herramienta de la estadística de las sociedades contemporáneas. Los informes de la ONU nos dan algunos ejemplos: una de cada tres mujeres en el mundo ha sufrido violencia física y/o sexual por parte de su compañero; solo el 23,3 % de los escaños de los parlamentos están ocupados por mujeres. Tienen empleo remunerado en el mundo el 47% de las mujeres frente al 72% de los hombres y, además, reciben un salario inferior. En las situaciones de guerras y conflictos armados, el 70% de las mujeres sufren violencia sexual y así un largo etcétera. Miremos donde miremos, las desigualdades no son cosa de los países más pobres o menos

desarrollados académicamente. Las desigualdades perviven en el mundo y lo más terrible de todo es que son un caldo de cultivo para la violencia.

Los cambios hacia sociedades más igualitarias ocurridos desde la Revolución Francesa no han sido uniformes en el mundo. No lo han sido en el ámbito territorial, ni en el de la clase social, ni en el de la raza o de la opción sexual. La dura realidad es que a nivel global las mujeres soportan unos índices más altos de pobreza, acumulan menos riqueza, siguen llevando sobre sí las tareas asociadas a la crianza y los cuidados y cada vez hay más mujeres solas sacando adelante a sus hijos. La explotación sexual de las mujeres se ha convertido en uno de los negocios en negro más rentables del mundo. Ellas tienen menor representación política y han de superar una gran cantidad de obstáculos para acceder a los puestos de mayor responsabilidad en las estructuras laborales. ¿Revolución, pues? Yo diría que no. Los grandes lemas que se repiten de forma irreflexiva nos dan tranquilidad, pero entrar a ver los matices de la realidad, nos puede dejar insomnes. En cualquier caso, vale la pena seguir despiertas.

1.2 El poder del sexo, el poder de género

Pensar en las diferencias de sexo y género nos genera algún grado de conflicto psicológico, a no ser que apliquemos el mantra aprendido en los medios de comunicación: *Los hombres son de Marte, las mujeres son de Venus* (John Gray, 1992). El título de este libro nos ayuda a situarnos cómodamente en un universo ordenado y feliz en el que hombres y mujeres son opuestos y complementarios. Ese texto nos promete que, si entendemos y aceptamos lo que somos, el conflicto que pueda existir entre ambos sexos desaparecerá por arte de magia. La tesis de ese libro es que, si no somos felices en este punto, es porque no hemos entendido el problema, ni sabemos aceptar nuestras esencias femeninas y masculinas. Es una solución sencilla y clara a un problema en verdad mucho más complicado, de ahí su éxito comercial y las sonrisas tranquilizadoras que provoca. Y es que el hecho de ser hombres o mujeres causa en las personas conflictos de distinta índole que podemos ver planteados y resueltos de las formas más peregrinas en las ficciones: películas, series, canciones, videojuegos etcétera que se crean en nuestra cultura.

El sexo y las atribuciones de género que se adscriben a él se nos dan como evidencias incuestionables: los hombres son fuertes y racionales y las mujeres, más débiles, delicadas y emocionales. Sin embargo, si existiera una diferencia natural tan clara, ¿por qué gastamos tanta energía en crear esas diferencias? ¿Por qué hacemos, por ejemplo, agujeros en las orejas de las niñas cuando nacen? ¿Por qué tenemos que vestir a los bebés de manera diferente? ¿Por qué optamos por

colores específicos en la ropa y en los objetos de unos y de otros? ¿Por qué mantenemos distintos cortes de pelo? ¿Por qué enseñamos a las niñas a sentarse con las piernas juntas o a hablar en un tono de voz moderado? Se trata de un proceso integral y recurrente en la educación del que podemos poner mil ejemplos y que, en realidad, muestra cuánto trabajamos para que esa diferencia "no-natural" se mantenga y se reinvente generación tras generación.

Sabemos que las diferencias de género son inventadas, precisamente, porque hay que recalcarlas, mientras que, por ejemplo, no tenemos que educar a niños y niñas para que caminen de pie, ya que lo hacen naturalmente. Que existan tantas normas para modelar a las mujeres y a los hombres desde su nacimiento es la prueba más palpable de lo poco naturales que son las diferencias. La educación sirve para controlar lo que serían nuestros impulsos naturales, pero, a base de vivir siempre insertos en sistemas culturales, ya no sabemos cómo son. Las diferencias las aportan los sistemas culturales de una manera tan insistente y recurrente que ya es imposible saber qué es "lo natural".

Doy clase cada año a un par de grupos muy nutridos de estudiantes sobre la construcción y la gestión de la diferencia sexual en los medios de comunicación. Cuando comienzo las clases, lo primero que se pone en juego es la percepción que ellos y ellas tienen de sí mismos. Cuando hablamos de las relaciones de poder entre los sexos, la mayoría se resiste a identificarse como dominadas o dominadores, agredidas y agresores en el sistema patriarcal. Son hijos e hijas de finales del siglo XX, el de la revolución de las mujeres. Han oído hablar de la igualdad y la dan por supuesta. Viven en un mundo en el que "yo hago lo que hago, porque quiero" es una máxima incuestionable. Suelo comenzar mis clases con una pregunta incómoda y un poco enrevesada: "¿Por qué crees que quieres lo que quieres?" La respuesta suele ser bastante estándar: "Porque eso es lo que me gusta". "Me visto como quiero". "Llevo el pelo corto porque quiero". Y así se cierra el círculo de la libertad que hemos aprendido en las sociedades de consumo: si deseo algo, tengo derecho a tenerlo, si no lo consigo, es porque no me he esforzado lo suficiente. Si lo sigo intentando, lo conseguiré.

Hoy pensamos que las personas no están limitadas en sus posibilidades de acción y relativizamos la importancia de la situación social o personal en la que vivimos. Por eso mucha gente joven no atribuye lo que le pasa a ningún elemento estructural. Yo ataco con la estadística: la mayoría de la gente que nace en este planeta, vive y muere en la misma clase social, por mucho que el cine de Hollywood insista en hablarnos de héroes. El discurso del esfuerzo individual, el éxito personal y la excelencia es un círculo dantesco, porque culpabiliza a los jóvenes que no se convierten en perfectos consumidores y, al mismo tiempo, no permite ver la dimensión colectiva y estructural de los problemas sociales. Tampoco deja ver las dominaciones que se producen por el hecho de haber nacido hombre o mujer,

estar marcado racialmente, tener deseos sexuales que no cumplen la norma de la heterosexualidad o tener que vivir con algún tipo de discapacidad.

Cuando el tema que hay que analizar es el estado no-revolucionario de las mujeres en el mundo, el problema es el mismo: ¿Cómo hablar de marginación a estudiantes universitarias que son mayoría en las aulas, que obtienen mejores calificaciones, y que están dispuestas a darlo todo por su futuro profesional? Su respuesta es la negación, claro: “Somos iguales que ellos”. Yo les planteo de nuevo una situación ficticia, y hablamos de experiencias concretas, por ejemplo, el sentirnos incómodos en algún sitio sin saber muy bien por qué (las mujeres sabemos bastante de esto).

Para relajar el ambiente, cuento una anécdota personal: cuando era niña, los domingos a las cinco y media de la tarde, junto con mi hermano cumplía con el ritual de entrar al bar y avisar a mi abuelo para que saliera a dar un paseo o al cine con mi abuela, porque ella no se atrevía a traspasar el umbral de la masculinizada taberna. No entraba ella, ni ninguna de las mujeres de su entorno, a no ser por causa de fuerza mayor, por ejemplo, que sus maridos hubieran bebido hasta la inconsciencia o que les hubiera dado un ataque al corazón. “¿Tenéis alguna experiencia similar?”, pregunto a mis estudiantes. “No”, contestan sonriendo, “ahora todos vamos a todas partes”. Claro ¡les parece que ha pasado una eternidad desde que era niña! Yo continúo planteando situaciones hipotéticas y les pregunto a las chicas: “Vas sola por una calle oscura a las cinco de la mañana y te cruzas con un grupo de chicos: ¿Qué sientes?” Enseguida todas contestan: “miedo”, porque han aprendido desde la familia, los medios de comunicación o la literatura, que una mujer no debe andar sola a esas horas de la noche. Seguidamente, les planteo la situación inversa: “Va un chico caminando de madrugada y se encuentra con un grupo de chicas, ¿qué siente?” La respuesta suele ser una sonrisa un poco irónica y condescendiente: ¿cómo van a sentir ellos miedo de las mujeres? Los más convencidos de que la igualdad es un hecho, no se dejan amedrentar con un argumento tan simple, y enseguida me rebaten: “Yo soy un hombre, y si me encuentro con cinco tíos en un callejón oscuro, también tengo miedo”. Claro, muy inteligente, contesto. Pero ¿a qué tienes miedo? La respuesta es evidente: “A que me roben, a que me ataquen con violencia”. Yo sigo insistiendo: “¿Y vosotras a qué tenéis miedo?”, continúo con mi juego socrático. La respuesta es invariable: “A sufrir un ataque sexual”. ¡Ya está! Aquí tenemos una evidencia de desigualdad: las mujeres tenemos que limitar nuestro derecho a deambular por el mundo, porque podemos ser atacadas, no solo con violencia, sino con una forma de violencia específica, yo diría que ritual, que nos marca como objetos de posesión y uso. Es este solo un ejemplo de dos experiencias distintas entre hombres y mujeres, que deja ver la realidad de una jerarquía en el espacio social.

El debate que planteo en estos casos es muy sencillo. Se reduce a unas frases y a un par de ideas. Sin embargo, su análisis es altamente productivo. Primero, nos alerta sobre una resistencia: la mayoría de estudiantes se niegan a reconocerse en los roles de maltratadores y maltratadas, de agresores o agredidas, porque en su realidad, afortunadamente, quiero pensar que casi nunca lo son. Han sido educados en la democracia. Se les ha dicho que todos los seres humanos tenemos el mismo valor y que, si son competitivos, inteligentes y trabajadores, habrá una especie de justicia del dios capitalista que les premiará con el maná del bienestar. Pocas veces les habrán planteado, por ejemplo, que han pasado apenas doscientos cincuenta años del nacimiento de la idea de que "todos somos iguales ante la ley", que nuestra cultura se ha desarrollado históricamente sobre una profunda base de desigualdad entre los seres humanos que justifica el dominio de unos sobre otros, o que las grandes culturas que admiramos, las que han dejado los espectaculares monumentos, han sido muchas veces las más jerárquicas y explotadoras. En limitadas ocasiones habrán debatido sobre temas controvertidos del tipo: ¿Puede involucionar nuestra cultura? ¿Cuántos recursos *limpios* quedan en el planeta? ¿Hemos llegado a una igualdad real? ¿Qué queda del racismo? ¿Qué queda del clasismo?

El hecho es que, durante nuestra infancia, se han dedicado a contarnos cuentos bonitos sobre nosotros mismos. Eso se llama mistificación. Nos han dicho que hemos *evolucionado* de forma natural desde estadios primitivos y que hemos dominado otros pueblos a base de inteligencia, ciencia y tecnología. Nadie suele hablarnos en el colegio de la destrucción, de la violencia y la dominación a la que han sido sometidas millones de personas a lo largo de la historia. Walter Benjamin decía que no hay ningún documento de la cultura, que al mismo tiempo no sea un documento de la barbarie. Muchos de los grandes logros artísticos, pongamos por caso las grandes obras civiles del Imperio Romano, son el fruto de una dominación militar, económica, simbólica y cultural de todos los pueblos sometidos a sangre y fuego en todo el entorno mediterráneo. ¿Qué lugar hemos ocupado las mujeres en este devenir histórico? Pues un lugar ciertamente contradictorio: excluidas de las guerras y de la vida pública, hemos sido excluidas del poder, pero no sé si Benjamin estaría de acuerdo en considerarnos excluidas del ejercicio de la barbarie.

1.3 MISTIFICACIÓN E INVISIBILIDAD DEL PODER

La verdad es que no somos muy sinceros con nuestros niños y niñas cuando los educamos. Les contamos historias bonitas de cómo los seres humanos hemos

salido triunfantes de los avatares de la Historia, sobre todo si esos seres humanos son hombres, blancos y occidentales. No queremos ser truculentos y no contamos la tragedia de la explotación, la exclusión, el racismo, el sexismo o la esclavitud. No hablamos de las guerras desde el horror que producen, sino del resultado de las victorias. Mistificación, esa es de nuevo la palabra. No nos reconocemos en procesos de dominación porque se ha construido una mística de la igualdad social en la que todo se confunde: nuestros hábitos cotidianos, nuestras formas de sentir, de actuar, nuestras ideas sobre el mundo, nuestras narrativas sobre el pasado, las ficciones de lo que vamos a ser en el futuro.

La mistificación exige que el dominado asuma los puntos de vista del dominador, pero también que el dominador desarrolle una narrativa épica sobre sí mismo que le legitime en la dominación. Es una estructura muy sencilla y, por eso, muy efectiva. Tomemos el ejemplo del principio: las niñas tienen miedo a salir solas porque todo progenitor responsable les ha dicho que tienen que temer la amenaza masculina. Evidentemente, cuando damos este tipo de consejos a nuestras hijas, no reflexionamos sobre toda la carga social e ideológica que implican, porque los enunciados que hacemos son siempre generales e impersonales. Les estamos diciendo que todo varón puede comportarse como un depredador sexual y, lo que es peor, que recae sobre ella parte de la responsabilidad de tener esa amenaza controlada, guardándose a sí mismas de ir a lugares peligrosos, cuando la peligrosidad no está en los lugares, sino en las personas. Las mujeres son siempre las víctimas incitadoras, mientras que a los hombres se les educa en una fantástica duplicidad, fuente de muchas de las narraciones históricas y también contemporáneas que se nos cuentan en el cine o la televisión: pueden ser los agresores, pero también los héroes salvadores. Por eso las mujeres debemos aprender y asumir también como normal esta duplicidad: aprender a temer la violencia latente en la masculinidad, pero también admirar su fuerza, su inteligencia y su control sobre el mundo. Héroes y villanos son la doble cara de la mistificación de la masculinidad dominante. Están por todas partes: en las series de televisión, en las películas de éxito, en las canciones pop, en las óperas, en las novelas o en los videojuegos.

Este libro va sobre el poder. Más concretamente, sobre la reproducción del poder patriarcal. Volvamos a la pregunta inicial de este texto: ¿Cómo es posible que se mantenga más allá de cualquier sistema económico o político? ¿Cómo puede ser que haya permanecido más o menos invariable a través del tiempo y las culturas? ¿Cómo ha conseguido incluso en los últimos treinta años convencernos a la mayoría de la gente de que las diferencias de poder entre hombres y mujeres ya no existen? Me temo que no puedo contestar a esto aunque, a estas alturas de la Teoría Feminista existen excelentes trabajos que abordan esta cuestión, como los realizados por Celia Amorós, Amelia Valcárcel, Seyla Benhabib, bell hooks,

Chandra Talpade Mohanty, Nancy Fraser, Teresa de Lauretis, Judith Butler, Ana de Miguel, Alicia Puleo, Luisa Posada y un largo etcétera. Yo no puedo aportar un análisis general, porque no soy ni filósofa ni antropóloga, pero sí pensar en lo que se juega en la arena mediática, que aporta la mayor parte de materiales simbólicos a la vida contemporánea.

En todo caso, comparto con muchas pensadoras la idea de que la gran fortaleza del poder patriarcal está en que las mujeres estamos vinculadas afectivamente de múltiples maneras a los hombres. Son nuestros padres, nuestros hijos, nuestros amantes, nuestros esposos, nuestros hermanos o nuestros amigos. Se nos hace duro individualizar al opresor en los rostros de los que amamos. Los hemos parido y criado. Hemos compartido juegos de infancia y amores adolescentes o adultos. Les hemos enseñado y nos enseñan. Les hemos amado y nos aman. Las mujeres hemos aprendido que ellos son más fuertes físicamente que nosotras, que manejan la violencia y la agresividad a un nivel distinto al nuestro y que hay que temer esa violencia. Nos han formado para reconocer y aceptar ese poder, aunque a veces hagamos como que no existe o no forma parte de nuestras vidas, porque ese poder maligno no es patrimonio de nuestros hombres concretos, sino de los otros hombres en general.

A nosotras también nos dicen que tenemos poder, un poder que no está en la fuerza física, ni tampoco en la inteligencia, ya que emana del hecho de que se nos reconozca como amantes cuidadoras. Se nos otorga el poder de seducir a los hombres, al menos el tiempo breve en el que dura la juventud y la belleza. Este tipo de ideas han sido la base de muchas narrativas literarias y cinematográficas: hombres estupendos, convertidos en patéticos peleles femeninos. ¡Qué miedo les debe producir! Estoy convencida de que esta fantasía de perdedores contada a través de infinidad de novelas y películas hace mucho daño a las mujeres en la vida real.

El poder es la capacidad de conseguir que nuestros deseos se cumplan, utilizando a los demás como instrumento de nuestros fines si es necesario. Muchos sociólogos y psicólogos se han esforzado en entender cómo funcionan las relaciones de poder desde distintos aspectos. Por ejemplo, algunos se han preguntado por qué los individuos nos sometemos a otros como parte del proceso natural de la vida, o por qué determinados grupos humanos acaban explotados por otros con relativa facilidad. La cara más visible y terrible de la sumisión en la historia ha sido la esclavitud humana, que ha estado institucionalizada hasta hace relativamente poco tiempo (en 1926 se firmó su prohibición legal a nivel mundial en la *Convención sobre la esclavitud*). Es el ejemplo histórico más evidente de un sistema brutal basado en el uso de la fuerza. Pero la fuerza física es solo una de las estrategias empleadas para controlar a las personas. Los movimientos históricos han demostrado que no es siquiera la más eficaz y rentable. Para que un sistema

de estratificación social se mantenga estable, la gente debe estar relativamente contenta con el lugar que ocupa y colaborar para que siga siendo así.

Un mecanismo para que los individuos acatemos vivir en una estructura jerarquizada, es hacernos pensar que formamos parte de un sistema de privilegios al que hemos accedido por derecho propio. Los hombres los tienen respecto a las mujeres, la raza blanca respecto a los no-blancos, las clases altas frente a los más pobres. Pero esto no basta. Tenemos que interiorizar y aceptar como natural ese lugar que nos ha correspondido en el mundo. Pierre Bourdieu lo simplificaba en una frase: "Los excluidos se autoexcluyen". Los que están fuera de los privilegios acaban asumiendo que están en el lugar que les corresponde, que no tienen derecho a ellos y, sobre todo, que eso es lo justo. El mundo es como es y es imposible cambiarlo. Simone de Beauvoir decía también: "El opresor no sería tan fuerte si no tuviese cómplices entre los propios oprimidos." Muchas veces, nos comportamos como agentes del poder.

Michel Foucault, uno de los filósofos que revolucionó las formas de entender el poder en el siglo XX, explicó además que las relaciones de poder están presentes en cualquier forma y estructura de comunicación e interacción humana y que la dominación por la fuerza física es solo la parte más visible de las relaciones de dominación existentes. En el siglo XXI el poder de los estados para someter a los individuos no está tanto en el uso de la fuerza física, como en el hecho de que estemos atravesados por el "biopoder": un poder que encarnamos e interiorizamos en nuestro propio cuerpo. Foucault desarrolló también otra idea fundamental: "Saber es poder". Los conocimientos reconocidos como apropiados por los grupos dominantes se convierten también en las tecnologías que gobiernan nuestras vidas. El poder es algo que ya no percibimos fácilmente porque está incorporado a la forma en que miramos, interpretamos y nos relacionamos con el mundo.

1.4 Cuando la cultura no deja ver la realidad

Michael Foucault y la mayoría de los grandes filósofos y sociólogos reconocidos en el panorama internacional de finales del siglo XX han hablado relativamente poco del problema del reparto del poder entre los sexos. No parece ser un tema que les haya preocupado de forma particular. ¿Por qué? Es muy significativo que una situación tan permanente en la historia y tan transversal, como es la dominación masculina, no haya sido más que un tema colateral para pensadores como Zygmunt Bauman, Slavoj Žižek, Noam Chomsky, etcétera, todos ellos grandes intelectuales dedicados a analizar las desigualdades que se están desarrollando en el capitalismo tardío. Para ser justa, tengo que citar aquí tal vez la

única monografía que ha conseguido una enorme relevancia sobre el tema: *La dominación masculina,* de Pierre Bourdieu publicada en 1998, un trabajo citado constantemente por todo crítico que se precie para hablar de violencia simbólica. La pega que le podemos poner a este trabajo sobre la eficacia comunicativa del patriarcado, es lo poco que cita de forma explícita las reflexiones filosóficas de las pensadoras feministas que seguramente habría leído.

Para las filósofas, sin embargo, pensar en la condición femenina ha sido una constante. Desde que Mary Wollstonecraft publicara, en 1792, su *Vindicación de los derechos de la mujer,* muchas pensadoras se dieron cuenta de la condición de desigualdad que han sufrido las mujeres en cualquier momento histórico y contexto social. El siglo XX ha sido también el siglo de la filosofía feminista. El libro de Simone de Beauvoir, *El segundo sexo* de 1949, fue solo el primero de los muchos trabajos teóricos elaborados por grandes filósofas como Kate Millet, Nancy Fraser, Seyla Benhabib, Judith Butler, Catharine MacKinnon, Celia Amorós, Amelia Valcárcel y un largo etcétera. Todas ellas se han lanzado a desentrañar qué es el patriarcado, analizando cómo funciona, como condición necesaria para poder luego subvertirlo. Pero claro, en su mayoría no han entrado en el *mainstream* de la Academia y sus textos difícilmente son leídos y debatidos fuera de los círculos feministas.

Hay que reconocerles, y lo digo con cierta ironía, a los filósofos y pensadores contemporáneos que, viniendo de una cultura filosófica históricamente misógina, por lo menos, no se hayan dedicado a reforzar una vez más la diferencia sexual como un elemento justificativo de la dominación. Casi ninguno se ocupa de forma específica de la dominación masculina que favorece el patriarcado en el mundo pero, al menos, no insultan a las mujeres como hacían hasta hace poco más de un siglo grandes filósofos como Hegel, Comte, Proudhon, Nietzsche o Schopenhauer. El insulto y la devaluación simbólica se queda ahora circunscrita y volando libre en el mundo de la creación. Como explicaré más adelante, esto se debe a que los poderes están hoy más ocultos que nunca.

En la literatura y en el cine, los casos de planteamientos misóginos y antifeministas son legión. Pondré solo el ejemplo del escritor francés Michel Houellebecq (no entro a valorar cuestiones literarias), que, en novelas como *Plataforma* (2001) o *Sumisión* (2015), narra unas relaciones descarnadas de dominación masculina que algunos críticos han rebajado diciendo que "no es políticamente correcta con las mujeres". No me interesa tanto destacar aquí el argumento, como cuestionar por qué les han gustado estas obras a tanta gente. La pregunta es: ¿por qué tiene tantísimo éxito? Me aventuro a una respuesta polémica: porque, efectivamente, la corrección para con las mujeres es solo un elemento superficial de la cultura, un discurso dominante en la vida pública. La realidad es que mucha gente está encantada de encontrar textos, sobre todo ficticios, que se atrevan a poner de



forma simbólica a las mujeres en lo que consideran que es "su lugar": sometidas a los hombres. Me ocurre lo mismo con algunas obras de directores de cine como Lars von Trier, aceptado y adorado como *director de culto* y que lleva al límite la vena exhibicionista de la sexualidad femenina recreando en sus films una sexualidad que se explica por el consabido masoquismo freudiano. No tengo ninguna curiosidad por entender qué pueden tener estos señores en sus mentes, pero sí me gustaría poder llegar a explicar qué procesos sociales convierten sus obras en *obras de arte*, compradas y aceptadas por las gentes cultas como las mejores obras de nuestro momento histórico.

En este libro hablo de *soft power*, del poder de representarnos, del poder de crear palabras, imágenes, mitos, ritos y todo el material significativo de nuestra cultura, y lo hago desde la perplejidad. Esta fotografía que estamos viendo, la tomé en el campus de la Universidad Complutense en el año 2013, y allí sobrevivió bastante tiempo entre pintadas feministas, ecologistas y anarquistas. "Todas morís a los quince", una cita de Diderot, firmada también por el autor del grafiti. Ahora, me arrepiento de no haber ido con un espray a borrarla nada más verla.

Para mí fue una presencia impactante por lo desapercibida que pasaba. Se lo comentaba a todo el mundo, pero nadie la había visto. ¿La escribió un estudiante de Historia, Filosofía o Filología, ya que estaba en la zona de esas facultades? ¿Algún profesor camuflado de grafitero? ¿Por qué alguien joven, universitario escribe una máxima que raya no solo el sexismo, sino la pederastia? ¿Es un misógino? Y sí, no puedo evitar ver a un hombre escribiendo. La afirmación no es muy científica, ya lo sé, pero mi cuerpo no piensa de otra manera (porque a veces, pensamos con el cuerpo). Esa frase: ¿la puso un estudiante *acosado* por sus compañeras feministas?, ¿agobiado por la presión de las mujeres? Imagino que no, que lo escribió un estudiante encantado de encontrar escrito un texto que simplemente negara la capacidad de las mujeres para ser adultas mientras que, de paso, reducía su capacidad sexual a la medida de la mirada del misógino. Una gran autoridad, como Diderot lo ha dicho. Una autoridad que nos iluminó con la *Enciclopedia* y la posibilidad de que los conocimientos circularan libremente por el mundo ilustrado. Uno de los padres de las sociedades democráticas. La cultura es eso que hace, entre muchas cosas, que no nos sintamos tan solos en nuestros desasosiegos. Alguien que firma como "Sadik" se siente a gusto dentro de una tradición en la que la crueldad física o simbólica contra las mujeres forma parte de la construcción de un refugio de la masculinidad que necesita un colchón misógino en el que recostarse para vivir feliz.

Retomo la pregunta: ¿Cómo es posible que las formas, los signos cambien y que no se alteren de forma definitiva las estructuras de poder? Algunos autores, como Antonio Gramsci, argumentaron que su eficacia está en que no las percibimos como tales. Lo más fantástico del poder patriarcal es que parece un invento de feministas alocadas que no tienen nada que hacer en su vida personal. Y es que la mayoría de la gente vivimos pensando que lo que nos ocurre es lo natural, lo que nos corresponde, y que seremos felices si encajamos en los mandatos que hemos aprendido, sin pelear, porque en la pelea acabaremos perdiendo. ¿Se mantiene la dominación por pereza o por miedo? Se mantiene, sobre todo, porque la consideramos natural.

Citaré un ejemplo. Cuando estudiamos la vida tan controlada que tenían las mujeres burguesas en el siglo XIX respecto a nosotras, lo hacemos explicándolas a través de la influencia que tenía en ellas el modelo del *ángel del hogar*: una mujer complementaria al hombre, con una alfabetización mínima, dedicada exclusivamente a los cuidados de los demás, sin ostentar demasiado riquezas y privilegios y sin mostrar deseos propios en exceso. ¿Cómo aguantaban las mujeres esta dependencia? A través de una doble vía: la ideológica (*soft power)*, creyéndose el discurso que las instituciones tenían sobre ellas, lo que les decían las personas que amaban, pero también porque existían estructuras duras de poder (*hard power)* actuando al mismo tiempo. Por ejemplo, había leyes que les dificultaban el acceso

a los recursos económicos, no podían gestionar bienes propios, perdían la patria potestad sobre los hijos si abandonaban el hogar o se les impedía acceder a la formación y, por lo tanto, al trabajo remunerado y autónomo. Además, estaban las *otras*, las mujeres de clase baja, prostitutas, desposeídas, solas, madres fuera del matrimonio, mujeres que tenían un destino aciago y poco deseable y que debían generar un temor difuso en las mujeres de bien. Portarse bien *y no acabar como ellas* ha sido una importante estrategia patriarcal que ha dividido a las mujeres en buenas y malas, o mujeres para el uso de la tribu o las intercambiables, de las que hablaba Claude Lévi-Strauss. El poder ideológico funciona porque los seres humanos creemos en él y, además, sabemos que será más fácil vivir si nos situamos en el punto de vista que *todo el mundo tiene* sobre las cosas. Hay una compensación en el hecho de *portarnos bien* y no enfrentarnos ni contradecir las normas de la tribu.

Eppur si muove… no hay duda de que la situación de las mujeres ha cambiado desde el siglo XIX hasta ahora. ¿Será que no es tan grande entonces el poder del sistema patriarcal? Gramsci aportó también una respuesta: los dominados se resisten a la dominación no usando necesariamente la fuerza, sino actuando de forma estratégica, re-significando signos y objetos y dando un sentido propio a los símbolos de la cultura dominante. Por ejemplo, en algunas ciudades francesas de principios del siglo XX, las obreras que trabajaban en las fábricas hicieron huelgas para mejorar sus derechos laborales. Entre las reivindicaciones que plantearon estuvo el derecho a tener un sitio donde dejar su sombrero. Esta petición fue ridiculizada por la prensa del momento por frívola y propia de mujeres. Sin embargo, tenía todo el sentido. Para ellas, llevar sombrero se convirtió en un signo de participación social: los obreros lo llevaban y ellas se empeñaron en llevarlo también, conscientes de que los signos hacen las realidades visibles en el grupo social.

Aunque en la educación formal no nos lo hayan contado, las mujeres se han resistido en todas las épocas al poder patriarcal, hasta el punto de que algunas teóricas, cuando revisan la historia se preguntan si no habrá existido una cultura femenina singular en distintas partes del mundo. La historia del feminismo es precisamente la historia de esos poderes blandos y duros sobre las mujeres, pero sobre todo, es también la historia de las estrategias de resistencia que ellas han tenido en cada momento histórico para contrarrestar ese poder. En este libro estudiaremos las nuevas representaciones de mujeres en la cultura popular, que leemos como signos de que las cosas están cambiando. También interpretaremos de forma positiva las estrategias de las creadoras audiovisuales que van consiguiendo introducirse en el corazón del monstruo de las industrias culturales.

1.5 *Soft power,* fractales y dominación cultural

Pero ¿cómo se mantiene el patriarcado en la actualidad, en un momento en que esas *estructuras duras* parecen haber desaparecido? Lo que ha ocurrido es que el *poder blando* (*soft power*) que tiene la cultura se ha incrementado. Los discursos legitimadores no los generan ya tanto la Iglesia o la Ciencia, como los medios de comunicación que siguen reforzando las diferencias entre hombres y mujeres: ellos de Marte ellas de Venus, con gran éxito. Lo repiten muchos estudios universitarios, la Medicina, la Sociología. No existen las leyes discriminatorias, pero estamos viviendo un proceso histórico en que los mayores poderes del mundo están más ocultos que nunca. Al poder ya no le interesa la representación, la visibilidad pública. Hoy no sabemos muy bien quiénes acumulan más dinero en el mundo y en qué paraísos fiscales lo esconden. La moda es que las empresas y corporaciones deben tener una estructura horizontal, los poderes deben estar repartidos y difusos, los gustos y el consumo son democráticos. El poder patriarcal está inmerso dentro de este proceso de invisibilidad del poder general, y por eso da la sensación de que ya no existe. Sin embargo, como decía al principio de este texto, la realidad arroja datos que no son nada buenos para las mujeres en el mundo.

El poder patriarcal se comporta con un fractal: una estructura que se repite en todos los aspectos de la vida social y personal de los seres humanos, en lo macro y en lo micro; en la vida pública y en la privada; en la comunicación interpersonal y en la masiva. El fractal es un concepto propuesto por el matemático Benoît Mandelbrot en 1975 y se refiere a un objeto geométrico de estructura aparentemente complicada, cuya forma se repite a diferentes escalas de observación. Sus características fundamentales son la capacidad de repetición y la autosimilitud. Son formas fractales naturales, las nubes, las ramas de los árboles o los copos de nieve, que, si los observamos al microscopio, veremos que mantienen la misma estructura que si los vemos a simple vista. La fractalidad del poder explica también la capacidad del patriarcado para adaptarse, transformarse y perpetuarse mientras pasa desapercibido.

Los medios no son el espejo del mundo, pero simulan serlo. Ha pasado de moda ver en ellos a la gente rica exhibiéndose públicamente. Está pasando más bien que vemos historias de gente común y corriente en una especie de democracia semiótica formidable capaz de impregnarlo todo. En las historias mediáticas, una prostituta se puede convertir en una señora bien, un moribundo, en fabricante de drogas, una madre pobre en una justiciera ecológica. Cualquier cosa puede pasar y le pasa a la gente más desfavorecida o marginada. Mientras, los poderes reales están ahí y las discriminaciones por sexo, raza, opción sexual, etcétera, continúan. Las ficciones no consiguen hacernos olvidar que vivimos todavía en sociedades profundamente patriarcales en las que se ha ido dando a las mujeres

algunos espacios para el trabajo remunerado, para la educación, para la autonomía personal. Pero estamos muy lejos de la consecución de la igualdad real, la igualdad al famoso cincuenta por ciento de todo y en todas partes. Lejos de la eliminación de la violencia o la explotación sexual. Lo que vemos en los medios de comunicación refuerza el poder patriarcal colocando a las mujeres de forma simbólica en el lugar "que les corresponde", es decir, sometidas a los hombres o detrás de ellos. La cultura popular sabe también proporcionar imágenes positivas de empoderamiento femenino con las que sentirnos identificadas.

Me propongo hablar del poder simbólico, del poder del lenguaje, de los distintos lenguajes, del poder de representar, el poder de nombrar y por lo tanto de establecer categorías sobre lo que se puede pensar y lo que no. Trataremos de *soft power* como instrumento de formación ideológica, de los medios de comunicación tradicionales, pero también de las redes sociales, de la cultura entendida como producción industrial, de la publicidad, del consumo y de cómo se construye en todas ellas la diferencia sexual.

Trabajo en comunicación, que es un campo muy amplio y, en concreto, me intereso por la cultura *mainstream* o cultura mediática, de modo que mis preguntas sobre el poder van a circunscribirse a los productos que consumimos como mero entretenimiento, pero que conforman nuestros pensamientos y emociones e influyen en nuestras acciones. La cultura pop es de usar y tirar, pero su poder es trascendental. Cada éxito popular lleva implícita una construcción de la diferencia sexual específica que, por lo que sea, le interesa ver a mucha gente. Ese gusto que produce la identificación con determinados personajes, situaciones, estereotipos y roles, es mi material de trabajo. Cada historia contada a través de los medios entra a formar parte de ese "sentido común" que refuerza o cuestiona la desigualdad imaginaria que sitúa los valores atribuidos a la masculinidad por encima de la feminidad. Detrás de todos mis análisis hay siempre algún caso de "justicia simbólica", un ejercicio militante de resignificar la cultura popular, porque no conseguiremos la equidad social, como decía Nancy Fraser solo redistribuyendo la riqueza material en el mundo, sino haciendo que la justicia simbólica sea también una realidad.

En este libro voy a centrarme sobre todo en dos formas muy comunes de representar ciertos rasgos de la feminidad ideal: las heroínas, tan de moda en nuestro cine actual, y las muñecas, un clásico de nuestra tradición cultural. Hay otras formas de ver e interpretar a las mujeres reales, otros estereotipos que están muy presentes en la cultura patriarcal, pero en esta ocasión heroínas y muñecas serán mi disculpa para hablar de la cultura como una construcción formal, ideológica y, sobre todo, impregnada de poder.

2. MUÑECAS, CÍBORGS Y OTRAS PREFIGURACIONES DE LO FEMENINO

El vencedor vive sus propios sueños,
el vencido vive los sueños de los otros.
SIMONE WEIL

En marzo de 2017 se estrenó la versión americana de un exitoso manga japonés escrito por Masamune Shirow, titulado en España *Ghost in the Shell: el alma de la máquina*. La película ha sido dirigida por Rupert Sanders y protagonizada en su papel principal por Scarlett Johansson. Se trata de un film de ciencia ficción en el que se cuenta cómo la compañía de cibertecnología Hanka Robotics crea una mujer con cuerpo artificial y un cerebro humano, a la que llaman Mayor Matoko Kusanagi. Su destino es ser una soldado de la empresa, pero su cerebro humano le hace buscar su pasado y no adaptarse del todo a lo que esperan de ella. La película tiene varios diálogos filosóficos sobre la identidad humana que en ese universo está formada por "un alma, un *ghost*..." y un cerebro capaz de recordar y decidir. Su cuerpo es una prótesis artificial que se puede siempre reparar y cambiar.

La idea implícita en esta historia es que lo que distingue a los seres humanos es tener un cerebro, una mente que piensa, un *ghost* personal. Esta idea no es nueva. La pregunta sobre qué es un ser humano ha estado presente siempre en la historia de nuestro pensamiento. Antes de la modernidad, el ser humano era un compuesto de alma y cuerpo y, cuando se queda sin la creencia en dios en su sistema explicativo, se dijo a sí mismo que era una unión entre mente y cuerpo. El cuerpo es el imprescindible y, sin embargo, es el término devaluado de la dicotomía. Uno de nuestros dioses actuales es la tecnología, así que no tiene nada de

extraño la fantasía de poder crear seres en los que se pueda seguir conservando la humanidad como mente, mientras se abandona el cuerpo, ese lastre sometido al envejecimiento, la enfermedad y la muerte.

Pero las mujeres hemos sido definidas siempre por los elementos negativos de la dicotomía: somos pasión frente a razón, cuerpo frente a mente, así que la fantasía de vivir en cuerpos artificiales no ha sido muy femenina. Por eso, a partir de la Segunda Ola de feminismo, tanto las artistas como las activistas han tomado el control del propio cuerpo como un elemento esencial de reivindicación de la lucha política. Es como si los varones se reconfortasen en la fantasía de dejar atrás la corporalidad, mientras que, para las mujeres, la reivindicación del cuerpo precario y cambiante es un elemento de anclaje en la vida personal, pero también en el contexto social y político.

La condición femenina del cíborg-soldado es altamente significativa, ya que las grandes sagas han sido casi siempre masculinas: *Cyborg* (1987) y sus continuaciones, varias películas de *Terminator* (1984) o *RoboCop* (1997) han consolidado el imaginario de que los cíborgs masculinos tienen las mismas atribuciones que los hombres: la capacidad de dedicarse a la guerra. Con esta película tenemos un personaje femenino usurpando un imaginario masculino. Una vez más quiero tomar esta película como un síntoma positivo de que las representaciones pueden estar cambiando. Y no se trata de que las mujeres simplemente se masculinicen y ocupen el lugar que ocupan ellos en la ficción, sino de la esperanza de que se pueda ir tejiendo un nuevo telón significativo en la cultura en el que las mujeres no seamos siempre las víctimas, los cuerpos exhibidos donde la masculinidad muestra con mayor eficacia el control del mundo.

2.1 El sueño de crear vida artificial

La idea de crear vida artificial ha existido siempre, porque nos permite la fantasía de poder controlar la precariedad de nuestro cuerpo y saltarnos la prescripción de la muerte como destino. Hay historias de seres artificiales que tienen vida propia en distintas culturas. En la cultura judía, por ejemplo, existe la figura del golem, que es un hombre hecho de piedra. En la griega, Dédalo construye seres artificiales y Talos es un gigante hecho de bronce que protege la isla de Creta. Los griegos, que inventaron la racionalidad, también fueron capaces de reírse de sí mismos y jugar con una corporalidad imposible. Por ejemplo, Antonio Diógenes (siglo II) escribió un sátira de los viajes heroicos titulada *Los prodigios más allá de Thule,* en la que cuenta que, tras navegar setenta y nueve días después de atravesar las Columnas de Hércules, se encontró un mundo en el que había seres

artificiales y "hombres arbóreos" que nacen del testículo derecho de los hombres plantados en el suelo. Del árbol que brota nacen hombres con los órganos sexuales artificiales. Esta obra es solo un ejemplo de la gran fantasía humana para inventar no solo nuevos destinos, sino orígenes irónicos y fantasiosos.

La gran novela moderna sobre la creación de vida artificial, la escribió una mujer en 1818: Mary Shelley, *Frankenstein o el moderno Prometeo*. Si consultamos cualquier referencia sobre ella, enseguida nos dicen que era la hija del poeta precursor del anarquismo, William Godwin. Sin embargo, es menos conocida su filiación materna. Es hija de Mary Wollstonecraft, que escribió la primera obra de teoría feminista moderna: *La vindicación de los derechos de la mujer,* en 1792, en plena Revolución Francesa, y que murió de una complicación del parto después de su nacimiento. Frankenstein es la fantasía de una mujer huérfana que no conoció a su madre y que puede que se sintiera culpable por haberle causado la muerte con su nacimiento. No tiene nada de extraña la fantasía de Mary Shelley de querer crear vida de forma artificial, e imaginar que puede hacerse a través de la ciencia y la electricidad, inventos que fascinaron la imaginación popular durante todo el siglo XIX. ¿Habría pensado también en la posibilidad de librar a las mujeres de los peligros del parto que entonces existían?

Estas ideas están todavía vivas para nosotros. Más que nunca, seguimos alimentando la fantasía de crear vida artificial, seres humanos sometidos por su artificialidad que nos liberen de los trabajos y de la precariedad de la vida. Este sueño está hoy sostenido por la biotecnología, por la robótica y por la inteligencia artificial, y siempre se nos dice que estamos muy cerca de conseguir seres perfectos y eternos. Mientras tanto, la ciencia ficción tanto en el cine como en la literatura lleva especulando más de siglo sobre las bases de la identidad corporal y psicológica del ser humano. Y las mujeres siguen llevando la peor parte, porque cuando se piensa en ellas como artificiales, se las sigue imaginando de forma estereotipada: entregadas sin protestas al servicio de los hombres.

Hay un momento en la historia de las ideas a partir del cual el cuerpo comienza a ser entendido como una máquina: el momento en que Descartes, en el siglo XVII profundiza en la dualidad entre mente y cuerpo que se había generado en la Grecia del siglo V a. C. con las enseñanzas de Sócrates y Platón. Cuando con la modernidad se cuestiona el sentido y la trascendencia del ser humano, la escisión entre mente y cuerpo se consolida todavía más. Norbert Elias, en su libro *El proceso de la civilización*, explica las consecuencias que tuvo esa escisión que supuso la división de la vida en valores dicotómicos: lo público y lo privado, lo racional y lo pasional, la mente y el cuerpo, la disciplina y lo sentimental, el comportamiento normal y el desviado.

El resultado de todo esto es que la mente pasó a ser la depositaria imaginaria de la identidad humana y, por extensión, de la ciudadanía moderna. El cuerpo

es solo el recipiente que contiene esa humanidad que hay que vigilar y mantener bajo control. La humanidad está en la mente, el cuerpo es solo un accesorio imperfecto que podemos modificar sin alterar la esencia del individuo. Pero la realidad es que seguimos viviendo sometidos a una vida precaria ¿Qué pasa con las personas a las que no se les reconoce la plena capacidad mental o racional? ¿Qué pasa con los niños y las niñas? ¿Qué pasa con las mujeres que, en la dicotomía racionalista entre mente/cuerpo, siempre han sido el cuerpo? En realidad este sistema dicotómico arrojó a las mujeres a la "otredad" de la que habló Simone de Beauvoir: las mujeres son naturaleza y no cultura, sentimentales y no racionales, dedicadas a lo privado y no a lo público, son lo inorgánico frente a lo orgánico. Por eso es tan interesante *Ghost in the Shell: El alma de la máquina*, porque nos sitúa frente a un cíborg que reflexiona sobre la humanidad, metido en un cuerpo de mujer artificial que está hecho para la lucha y no para el uso sexual como solía ocurrir en la mayoría de las narrativas convencionales.

2.2 ¿Para qué inventar mujeres artificiales?

La fantasía de crear mujeres artificiales para la satisfacción psicológica, física y sexual de los hombres ha sido un tema recurrente, primero, en la literatura y, después, en la narrativa audiovisual. A lo largo del tiempo, distintos creadores han fantaseado con la existencia de bellas autómatas, malvadas androides o mujeres-cíborg. En la actualidad, ese deseo fantástico masculino de poseer una mujer-muñeca perfecta que esté siempre disponible para cualquier capricho, se está convirtiendo en una realidad gracias a las nuevas tecnologías. La ficción de crear el amor eterno, y sin coste emocional, toma forma en la creación de muñecas-mujeres, tanto en la ficción como en la realidad social.

En 1982, se estrenó *Blade Runner,* una película dirigida por Ridley Scott que adaptaba de forma libre la novela del escritor más exitoso de ciencia ficción, Philip K. Dick *¿Sueñan los androides con ovejas eléctricas?*, que había sido publicada en 1968. Fue una película impactante, entre otras cosas, porque en ella aparecían varias mujeres artificiales que se rebelan contra su creador, porque querían vivir más allá del tiempo que tenían adjudicado. Las más interesantes, para mí, fueron las replicantes Pris, que tenía un aspecto punk desvalido, era un "modelo básico de placer", y Zhora, una trabajadora sexual. Ambos personajes se convierten en la película en grandes luchadoras a las que se les reserva una muerte espectacular. Hay una tercera creación femenina, Rachael, que no sabe que es creada artificialmente; trabaja de secretaria y parece tener todas las cualidades deseables en una fémina: belleza, ganas de agradar, delicadeza. Ella es la única de las replicantes

que sobrevive en la película porque el cazador de androides enamorado de ella se la queda para él y, de paso, la protege, aunque sabe que se está saltando las normas, ya que se gana la vida precisamente dando caza a los androides que no se resignan a morir. En 2017 se estrenó una secuela de la película *Blade Runner 2049*, que cuenta la historia del hijo que han tenido, de forma inexplicable, el *Blade Runner* y la mujer artificial Rachael. La posibilidad de una maternidad inesperada e imposible ha sido la salvación de una historia que parecía haberse cerrado hace treinta y cinco años.

Esta película es un ejemplo de excelente calidad artística de cómo las ficciones hechas por los hombres sobre mujeres artificiales suelen poner en escena a androides creados para su satisfacción sexual o su servicio doméstico. En los últimos tiempos se han estrenado varias series televisivas de gran éxito, en las que nunca faltan modelos femeninos para esas tareas. Por ejemplo, en *Akta Manniskor: Real Humans* y su versión americana de gran éxito *Humans*, la cuestión de qué les pasa a los humanos cuando se encuentran con la posibilidad de tener relaciones sexuales con androides (en la serie llamados hubots) es un tema central

La fascinación por la creación de mujeres artificiales ha estado presente en el cine desde sus orígenes y con sentidos diferentes. Tal vez, una de las imágenes más reconocibles de los inicios del siglo XX es la de la robot María de la película *Metrópolis* (1927), dirigida por Fritz Lang, con guion de su esposa Thea von Harbou, autora también de la novela y que escribió además para otros directores, como F. W. Murnau o Carl Dreyer. Esta película ha sido considerada como parte de la Memoria del Mundo por la Unesco, que protege el patrimonio histórico documental. La robot, en este caso, no ha sido creada para servir a los hombres, sino que es la encarnación de la enorme capacidad de destrucción que tiene el mundo industrializado.

Otro ejemplo de cine mudo es la película *La muñeca* (1919), de Ernst Lubitsch, en la que aparece una muñeca que sí representa la feminidad ideal. En las primeras escenas, vemos al propio director montando una casa de muñecas en la que introduce a los espectadores. La historia tiene un aire de cuento, pero también demasiadas referencias al sexo para serlo. En la película aparece de forma explícita el placer de controlar a una muñeca como trasunto de la feminidad, toda vez que la película juega con el guiño de que es una mujer de verdad la que suplanta a la muñeca y consigue enredar al protagonista.

En muchas ocasiones, el tratamiento que se le da a los robots femeninos es irónico, además de hipersexualizado. Por ejemplo, da mucho que pensar el disparate de comedia americana de 1975 *The Stepford Wife*: un pueblo en el que las amas de casa han sido sustituidas por muñecas perfectas o los explosivos y jocosos robots, las *fembots* de la película de 1997, *Austin Powers: International Man of*

Mystery, que lo mismo disparan balas que leche de sus sujetadores y son capaces de dominar a los hombres con sus miradas de medusa clásica.

¿De dónde proceden todas estas fantasías? ¿Qué problemas o incertidumbres intentan neutralizar? Las ficciones que se crean en cada cultura tienen siempre sus significados y sus funciones: conjuran el miedo a la muerte, la incertidumbre del paso del tiempo, el temor a lo extraño, el miedo a la soledad o a no ser amado. Cada cultura tiene sus fantasmas propios. ¿A qué responden, entonces, estas creaciones de mujeres artificiales? ¿De dónde vienen? En la era de la robótica y la inteligencia artificial, en la que el maquinismo de la revolución industrial se une a la revolución de la información, la posibilidad de que los robots entren en nuestras vidas a solucionar los problemas más cotidianos parece cada vez más cercana. El amor humano, las relaciones de pareja y las sexuales han sido siempre un territorio problemático.

2.3 MUÑECAS Y MUJERES: OBJETOS DE CONTROL

Una pregunta que me hacen a menudo mis estudiantes y que no sé contestar es "¿de dónde viene el patriarcado?". No sé dar una respuesta exacta, no porque no me haya preocupado por leer algunas hipótesis al respecto, sino porque no hay datos concluyentes sobre el tema. Algunas antropólogas y antropólogos contemporáneos mantienen la hipótesis de que el control sobre la sexualidad femenina no existía en las sociedades cazadoras-recolectoras. El sentido de la propiedad nació con el desarrollo de la agricultura y la estabilización de las poblaciones en asentamientos fijos, lo que permitió a los grupos humanos acumular bienes materiales. Cuando hay una acumulación de bienes, hay un deseo de controlar qué ocurre con ellos cuando nos morimos, así que, para los hombres, saber quiénes eran sus descendientes o quiénes no debió ser un tema de infinito calado. Controlar el parentesco requería controlar la sexualidad femenina y ya de paso, todas las actividades que hacían las mujeres. ¿Cómo se hizo? Imponiendo una serie de normas y tabúes sobre el cuerpo de las mujeres, a las que no se les controla solo la sexualidad, sino la vida entera.

Cada época histórica ha desarrollado distintas normas sexuales, pero en todas ellas el poder se lo han arrogado los varones. Si estudiamos las costumbres cotidianas de la historia en Grecia, Roma, en la Edad Media o donde quiera que miremos, la sexualidad femenina ha sido un elemento perturbador y peligroso, sujeto a una moralidad que se declaraba pública y única para todo el grupo. La sexualidad femenina, ha sido siempre cosa de hombres, al margen de la oposición que las mujeres pudieran hacer contra ellos en la vida cotidiana.

En la actualidad, vivimos una situación sin parangón histórico. A partir de la revolución sexual de los años sesenta y setenta, con los métodos de control de natalidad y la lucha por el dominio del propio cuerpo, las mujeres han ganado una autonomía sin precedentes en la historia. La teórica americana Kate Millet, divulgó a través de su libro *Política sexual,* de 1970, la famosa frase *lo personal es político*, que significa que la lucha de las mujeres no es solo por conseguir la igualdad en todo lo que tiene que ver con lo público, sino también con la vida privada, el espacio vital donde los hombres contaban con un gran poder y una gran impunidad para controlar a las mujeres. Toda esta revolución ¿ha hecho que las diferencias de poder entre hombres y mujeres se hayan terminado? ¿Han cambiado las pautas normativas que rigen las prácticas de la sexualidad masculina y la femenina? ¿Ya no están sometidas las mujeres a las necesidades de los hombres, que, como afirmaba Lévi-Strauss, las dividieron en los estadios originarios de la humanidad en las de uso propio y las intercambiables? Es evidente que los problemas continúan. Un dato: tres millones de personas en el mundo son esclavizadas sexualmente cada año y el ochenta por ciento de ellas son mujeres. En España entran anualmente 50 000 personas en estas condiciones, de las cuales 40 000 son mujeres. Ninguna de ellas dispone de identidad legal, aparecen y desaparecen sin dejar rastro y son sometidas a la extorsión y la violencia. Este y otros datos nos dan una idea de hasta qué punto vivimos en una sociedad sexópata, que ha hecho del sexo un problema en el que las mujeres se llevan la peor parte.

En este contexto que sigue siendo tan desfavorable para las mujeres, podemos interpretar la creación imaginaria de muñecas para uso sexual como una evidencia de que siempre ha habido varones que consideraban insuficiente el control que el sistema patriarcal ejercía sobre el cuerpo de las mujeres. Históricamente las mujeres han sido una mercancía disponible para el intercambio matrimonial, para la prostitución, para el servicio doméstico y los cuidados. Aun así, el imaginario de las muñecas dóciles habla de una insatisfacción, de un deseo que las mujeres de carne y hueso no llegan a satisfacer del todo. De hecho, el tema de conseguir mujeres, tanto para el mercado carnal como para el matrimonio, ha sido y sigue siendo la base de muchísimos dramas, comedias y tragedias de nuestra cultura. Y es que, hasta no hace mucho tiempo, "conseguir" una esposa, sobre todo, para las clases acomodadas, era un tema de familia con grandes consecuencias sociales. Pero el amor romántico como requisito para constituir un matrimonio, vino a complicar las cosas.

Desde hace solo dos siglos, la mayoría de la gente aspira a casarse por amor, pero muchas veces pasa que no somos correspondidos en esos afectos. Frustración, tristeza y hasta desesperación suelen ser los sentimientos que nos acompañan en estos casos. En la vida real, conseguir un compañero o una compañera sexual supone un esfuerzo. Hay que conquistar y dejarse conquistar. Hay que

trabajar en el cortejo y la ilusión de la apariencia. El maná del amor solo existe en el cine y en las películas pornográficas en las que, normalmente, un señor se encuentra con mujeres dispuestas a tener relaciones sexuales sin tener que "trabajar" para conseguirlas. Es el maná imaginario del amor y el placer que cae del cielo. En una sociedad hedonista en la que se identifica el bien con el placer, en la que las dinámicas del consumo y la inmediatez marcan también algunas pautas de las relaciones entre las personas, las dinámicas amorosas son un terreno pantanoso en el que tenemos que arriesgarnos a que nos rechacen y hagan polvo nuestro ego.

Las creaciones de muñecas como trasuntos de mujeres de carne y hueso en el cine y la televisión son un imaginario eufórico que parece decirles a los hombres: "No os preocupéis, que si os fallan las de verdad, siempre nos quedan las muñecas, hechas por nosotros y, por lo tanto, perfectas". La revista *Forbes* ha anunciado este año que para el 2020, el sexo con robots podría sustituir a los seres humanos. En la actualidad, dos compañías americanas, Real Doll y True Companion están teniendo un gran éxito con los prototipos que comercializan a un precio de alrededor de 6 000 dólares. En este panorama de amantes artificiales sobra decir que la variedad de modelos está en las mujeres, claro. Los modelos masculinos son mucho más limitados, presuponiendo que los usuarios serán mayoritariamente varones.

2.4 Miradas y críticas: la razón histórica

Siempre que tratamos el tema de la robotización, las mujeres artificiales o los cíborg, tenemos la sensación de que nos adentramos en un paisaje ultramoderno. Sin embargo, el tema es muy antiguo en la historia de la literatura. La primera narración que trata el tema del invento de una mujer perfecta por parte de un hombre es la de Pigmalión y Galatea, transmitida a través de varias versiones, aunque la más famosa y la que ha dado forma al mito que hoy conocemos es la que cuenta Ovidio en *Las Metamorfosis*. El orden en el que aparece esta historia dentro del libro es significativo.

En el Libro X, aparece Homero apadrinando las bodas de Orfeo y Eurídice, bodas que tendrán un final trágico, ya que la novia morirá por la picadura de una serpiente. Orfeo, enamorado y desesperado, va detrás de ella a los infiernos a rescatarla, pero debe cumplir un requisito: no puede volverse a mirarla en el camino que recorrerá para salir del Hades. Su impaciencia le juega una mala pasada, y Ovidio dice que se quedó "simbólicamente petrificado" cuando se dio cuenta de que había perdido de nuevo a Eurídice. Orfeo, desconsolado, se retira

al monte Ródope y, allí, con su lira, se dedica a cantar distintas transformaciones, entre ellas "La locura erudita" de Pigmalión, una historia que cuenta justamente después de hacer una referencia al castigo que sufren las Propétidas, unas mujeres que han vivido la "licenciosa vida de las prostitutas" y, por ello, Venus las convirtió en "piedras insensibles". La historia de Pigmalión tiene así un sentido especial, porque no solo habla de una transformación, sino también de premios y castigos dados a los seres humanos por haber mantenido un determinado comportamiento respecto a las costumbres sexuales.

En el cuento de Ovidio, Pigmalión aparece como un hombre casto que construye una estatua tan perfecta de una mujer, que se enamora de ella. La ama tanto que la acaricia y le habla, actos que conmueven a la diosa Venus, que la convierte en una mujer de carne y hueso, transformada en la perfecta esposa de Pigmalión al que acompañará toda su vida. La humanización de Galatea en premio al amor masculino se opone así la petrificación como castigo a las mujeres impúdicas. ¿Cómo ha sido interpretado este mito? En la mayoría de los casos, como la representación de la fascinación que siente el creador por las obras de arte que crea, obviando, por supuesto, el matiz que más nos puede interesar a nosotros: el aspecto de género que tiene esta historia.

La crítica masculina ha pasado por alto un detalle fundamental: que sea un hombre el que desea crear una mujer artificial para ser su esposa. ¿Cabría pensar en la versión opuesta del cuento, en la que una mujer se fabricase un marido a su medida? La naturalidad con la que se ha ignorado este matiz de la historia, a mí, me sorprende y asombra. Nietzsche (que no era precisamente un gran feminista) decía que este tipo de interpretaciones tan fuera de la realidad cotidiana que hacen los críticos de arte se deben al idealismo kantiano. Es como si los críticos extendiesen un velo romántico sobre el objeto que analizan, que les permite contemplar la belleza de forma *desinteresada,* incluso cuando se trata de las estatuas de las mujeres desnudas. Nietzsche niega esta presunción y la capacidad de los críticos de separarse emocionalmente de las obras observadas. Para él, en la mirada crítica, hay implicación emocional y no existe la objetividad frente al arte. Las interpretaciones siempre son interesadas. Por eso, cuando los críticos interpretan a Pigmalión como la imagen del creador sin pasiones, a él le parece una cosa ridícula. Y es que, en las obras de arte, en las representaciones y también en sus interpretaciones, hay implicaciones corporales, hay deseos y, sobre todo, hay poder: qué se exhibe, qué se mira, quién o qué es observado, qué se valora como positivo o negativo son el resultado de esa forma de mirar poderosa sobre los objetos artísticos.

Hay una estructura de poder en la mirada: quién puede mirar, en qué momento se mira, en qué partes del cuerpo de otra persona podemos fijarnos y en cuáles no. Esa estructura está determinada por lo que Erving Goffman llamaba "marco

comunicativo" (las instrucciones que rigen de una manera implícita la comunicación humana). Por ejemplo, en los contextos laborales hay una norma no explicitada que nos dice que solo podemos mirarnos a la cara los unos a los otros. Si alguien la incumple, su comportamiento resulta antipático y maleducado.

En nuestra cultura la mirada está definida por una estructura convencional: los poderosos pueden mirar abiertamente a los dominados, pero no al contrario. Esa disimetría toma una forma particular en el arte: los cuerpos representados de las mujeres son los objetos bellos a los que el espectador (masculino) puede mirar con placer y sin restricciones. El crítico de arte inglés John Berger lo resumió en su clásico trabajo *Modos de ver* (2002), en el que analizaba los desnudos de mujeres en la pintura moderna. Berger argumenta que la pasión artística de los pintores (y de los compradores de cuadros) por pintar mujeres desnudas responde al principio cultural de estructura disimétrica, que resumió en el principio: "Los hombres miran, las mujeres aparecen". El poder está en el que crea y en el que mira. Esa estructura de la mirada en la pintura clásica fue asimilada después por el cine, que, automáticamente, tomó los cuerpos de las mujeres como objetos bellos para ser mirados con libertad por los hombres. La cámara cinematográfica ha sido el mecanismo más potente para fragmentar los cuerpos femeninos y objetualizarlos. Y da igual que esos cuerpos sean de carne o artificiales. La estructura del poder de la mirada, se mantiene intacta.

Las mujeres creadas artificialmente por los hombres se caracterizan por estar desprovistas de los *defectos* propios de las personas de carne y hueso: no envejecen y son dóciles a los deseos de los demás. Preguntémonos volviendo a la historia de Ovidio, ¿quién es Galatea? No es solo la mujer perfecta, es *lo perfecto* que surge de la propia conciencia de la imperfección. Los hombres enmendando a la naturaleza. Galatea no tiene más deseo que el de satisfacer a otros. Es la figura en negativo, un cuerpo que no siente. ¿Cuál es el atractivo de un ser que no siente? ¿Simplemente que se someta a la voluntad del otro? La docilidad ha sido el objetivo de la educación femenina a lo largo de la historia. Rousseau, considerado el padre de la revolución educativa del período burgués, trazó un triste destino para las mujeres. El último capítulo de *Emilio, o de la educación* (1762), se lo dedicó a Sofía, el ideal de mujer que debía acompañar a Emilio en el nuevo mundo racional y democrático. "Las niñas han de ser siempre sumisas" fue su máxima. El objetivo educativo es hacer que mujeres y niñas acaten la autoridad masculina primero, de los padres y, después, de los esposos, que serán sus eternos tutores. Esos ideales de sometimiento se fueron consolidando e incluso acrecentando a lo largo del siglo XIX, un siglo de gran modernidad técnica, de mucho ideal romántico, de grandes cambios políticos y científicos, pero que sometió a las mujeres a un nuevo yugo de dependencia, esta vez pasada por la racionalidad científica.

2.5 Las mujeres que no sienten

Un texto literario que describe muy bien la fantasía masculina de crear mujeres dóciles es la novela de ciencia ficción *La Eva futura*, de Auguste Villiers de l'Isle-Adam, publicada en Francia en 1886. El personaje principal es el inventor Edison, que había adquirido una fama enorme durante su vida gracias a que sus inventos geniales fueron ampliamente divulgados por la prensa y devorados por un público fascinado por la electricidad. La novela nos lo presenta como un creador ensimismado en su taller de la villa de Menlo Park, en Nueva Jersey, donde trabajaba en su *fábrica de inventos*. El argumento gira en torno a la visita de un amigo, Lord Ewald, que le manifiesta su gran sufrimiento: está enamorado de su novia Alicia, pero esta le resulta irritante, porque, aunque la ama, tiene muchos defectos. Edison le plantea entonces la siguiente pregunta: "¿Por qué no construir una mujer que sea como nosotros queremos que sea?". Y el genial inventor se pone manos a la obra. Edison comienza a construir la muñeca Hadaly (también llamada Andreida), una réplica física de la novia de su amigo que consigue engañar a todo el mundo y que es superior a la mujer de verdad porque no es "carnal" y no irrita a su compañero, ya que no pide nada, ni desea nada. Es una "femenina armadura de láminas de planta, blanca y mate (…), un maniquí metálico que camina, habla, responde y obedece". Es perfecta porque resume los ideales humanos de conseguir sobrevivir a la decadencia y a la muerte: "La Andreida no conoce la vida, ni la enfermedad, ni la muerte. Está por encima de todas las imperfecciones, de todas las servidumbres y conserva la belleza del ensueño".

El autor explica de forma muy inteligente las ventajas de la androide para formar una pareja con un humano: las mujeres carnales son seres fantasiosos porque, en realidad, no son lo que muestran; o, mejor dicho, son seres que fantasean con su propia identidad y gastan mucha energía vital para parecer femeninas. También los hombres fantasean sobre ellas, creando ideales que no existen. Las mujeres, dice literalmente el texto, son "no solo fantasiosas, sino también fantasía". Entonces, si las mujeres no quieren ser carnales, ni los hombres tampoco las quieren como son, *¿por qué no "sustituir fantasía por fantasía"* y *"ahorrarle a la mujer el problema de ser artificial?"*. El autor ha captado la esencia de la construcción de la feminidad como una especie de añadido a la humanidad *general* que encarnan los hombres. Ellos son; ellas tienen que construir la feminidad de una forma extraordinariamente laboriosa. Y como, además, se quejan a veces de la pesada tarea y reclaman para ellas otro destino (el sufragio, el derecho a la educación, el derecho a gestionar sus bienes), ¿por qué no ahorrarles ese trabajo, que, encima, no consigue satisfacer del todo a los hombres? El final de la novela es también muy significativo. A Hadaly y Lord Ewald, que han roto las reglas de la vida humana, solo les queda la muerte. En el último capítulo, titulado "Fatum",

la androide muere entre las llamas de la bodega de un barco que no llegará jamás a las costas de Inglaterra. Y Lord Ewald, un personaje que hoy suena del todo vacuo y ridículo, se queda desconsolado después de la pérdida de su mujer ideal y se suicida.

El período en que se publica esta obra (1889) es importante. Han pasado casi veinte años de la publicación de *La sujeción de las mujeres,* de Harriet y Stuart Mill en Inglaterra, que fue ampliamente divulgada en Europa, y no hacía tantos años desde que Henrik Ibsen escandalizó a la sociedad europea con el estreno de *Casa de muñecas* (1879), una obra de teatro en la que su personaje principal, Nora, una mujer casada y con hijos, se atreve a dar un portazo y salir de su cómodo hogar burgués para siembre, rompiendo así el modelo de *ángel del hogar* que dominó el imaginario sobre las mujeres durante más de un siglo.

La Eva Futura es un texto literario, pero los testimonios sobre algunos hombres insignes aficionados a las muñecas, como sustitutos de las mujeres, están documentados en la historia. Cuentan que Descartes convivió con una muñeca que representaba a su fallecida hija Francine. También el pintor austríaco Oskar Kokoschka, tras ser abandonado por su amante Alma Mahler, en 1918 construyó una muñeca pretendiendo copiar su semblante a la que vestía elegantemente, la sacaba de paseo en carroza y la llevaba incluso a la ópera. Tampoco parece que la muñeca le proporcionara la satisfacción esperada y, de forma casi ritual, la destruyó en un acto público durante una fiesta. Alguien podrá decir que Kokoschka no era un hombre que tuviese una gran estabilidad mental y atribuir esta exhibición pública a su insania. Sin embargo, el gusto por las muñecas representando una feminidad idealizada y dócil está presente en otros artistas de finales del siglo XIX y principios del XX que no tenían este problema, sobre todo, en torno al movimiento del surrealismo. El fotógrafo alemán Hans Bellmer publicó de forma anónima, en 1932, el libro *Die Puppe* (*La muñeca*) que contenía diez fotografías de una muñeca articulada manteniendo diferentes poses frente a la cámara. Algunos autores españoles también participaron de esta epidémica moda. Por ejemplo, Gómez de la Serna o Dalí tuvieron también muñecas para uso más o menos artístico y Gutiérrez Solana se pintó obsesivamente con una de ellas. ¿Qué puede querer decir todo esto?

Es significativo que estos artistas estén haciendo estas obras, mientras muchas mujeres inician el siglo XX luchando por su derecho al voto o la educación. ¿Es una proyección narcisista de los creadores? ¿Una *protesta* simbólica contra las mujeres reales? Seguramente sí, pero, de nuevo el bucle se cierra doblemente sobre las mujeres reales, cargando a las muñecas (las representaciones inventadas por los hombres) de contenido misógino.

Una característica de los símbolos es que siempre tienen un doble significado: positivo y negativo. El agua purifica, pero también puede implicar la muerte;

una copa representa el cielo, pero, invertida, el infierno. También las mujeres-muñecas presentan una dualidad aterradora. Son idealmente dóciles a los deseos masculinos, son la feminidad perfecta, pero, al mismo tiempo dan miedo porque se escapan a la voluntad y a la razón. Son seres siniestros, porque están relacionadas con lo *automático*, con lo oscuro, lo irracional, lo pasional y, al final, lo opuesto de su principio original, lo que se escapa al control racional. Son la cara oscura de la dominación, el miedo latente del amo a que el esclavo se revele. El temor a que lo dominado se *descontrole* y pueda vengarse y suplantar el lugar del poderoso.

2.6 Lo siniestro

Por eso, las mujeres idealmente dóciles encarnan la maldad: las brujas, las mujeres-panteras, las dominantes, las envenenadoras, las madres crueles. De la misma forma, las muñecas, como realización simbólica ideal de la feminidad, también dan miedo, son *siniestras*. Es muy significativo que cuando Freud se propuso reflexionar sobre cómo definir lo siniestro, pensara en un cuento de E.T.A. Hoffmann, *El hombre de arena*, en el que se habla de una pérdida de límites entre lo vivo y lo muerto, lo orgánico y lo inorgánico y en el que el protagonista se enamora de una muñeca. En este cuento, escrito de forma epistolar, el joven Nathaniel cuenta el terror infantil que sentía por el hombre de arena al que su madre aludía a la hora de dormir para conseguir que el niño cerrara los ojos. Su padre, aficionado a los experimentos químicos, muere en un accidente del que el niño se siente culpable porque lo relaciona con la venida no deseada de ese hombre de arena. Pasan los años y Nathaniel cree verlo de nuevo, encarnado en un vendedor de instrumentos ópticos. Ahora, es adulto y está contento con su novia, a la que conoce desde la infancia. Entonces, comienza su desgracia. Se enamora de Olimpia, la hija de un profesor, a la que suele ver a través de una ventana. Olimpia resulta ser una muñeca. La confusión entre las obsesiones infantiles y los hechos reales acaban desquiciando su mente y enloquece. Pasa de nuevo algún tiempo y, ya recuperado, sale con su novia de paseo y ambos suben a una torre. Cuando están allí, su mente le hace creer que su novia se ha transformado en una muñeca e intenta estrangularla, mientras vuelve a ver de nuevo al hombre de arena. El terror se apodera de él, acaba precipitándose enloquecido desde la torre y muere. Este cuento de Hoffmann, es interesante por el perturbador efecto de confusión entre los límites entre lo orgánico y lo inorgánico, entre la imaginación y la realidad, entre las mujeres de carne y hueso y las muñecas.

No voy a hablar de la interpretación psicoanalítica que da Freud de este texto, porque lo que quiero destacar es el hecho mismo de que lo hubiera elegido para hablar de lo siniestro. ¿Por qué escoge como elemento principal el efecto inquietante que causa una muñeca y, por lo tanto, la representación de las mujeres? Freud define en este trabajo lo siniestro como "aquella suerte de espanto que afecta a las cosas conocidas y familiares". Es la figura más terrible del miedo, que no es la posibilidad de ser agredidos por un extraño, sino que la gente que quieres, el entorno de seguridad de las personas y las situaciones conocidas se conviertan en agresivas y dañinas. Para Freud, además, las muñecas son siniestras porque representan la figura del "doble". Los dobles son representaciones de personas muertas que, en un primer momento, dan seguridad y consuelo ante la pérdida de una persona querida (por ejemplo, se conservan muñecas aparecidas en tumbas romanas que representaban la figura de mujeres adolescentes muertas); pero sobre el doble se proyecta enseguida el imaginario inverso, transformado en "un siniestro mensajero de la muerte". Para nosotros, son siniestras, por ejemplo, las fotografías o los objetos que han estado adornando las tumbas, porque amenazan el orden racional de la vida: lo muerto no puede mezclarse con lo vivo. Son siniestras las muñecas, como lo son las crisis epilépticas o la demencia, pues como bien dice Freud, evocan procesos automáticos, mecánicos, dejando al "yo" privado de dominio racional y autocontrol, que nos produce miedo.

La ambivalencia siniestra de las muñecas-mujeres tiene un recorrido histórico. Siniestras son las muñecas y, en consecuencia, también las mujeres, las que se ocupan de lo cotidiano, el espacio de protección, pero también el lugar (como decía Freud) donde anida la posibilidad de que tenga lugar algo terrible. Como saben bien los y las autoras que escriben novelas de terror, la mayor inseguridad es la que nos produce la posibilidad de que los refugios reales o simbólicos, los espacios de protección, se conviertan en lugares donde te pueden agredir o que las personas que amas y en las que confías intenten matarte. La feminidad, asociada a la domesticidad, a lo privado, a los cuidados, a la falta de deseos propios porque su destino es servir a los demás, también puede convertirse en un elemento inquietante. Los medios han espectacularizado ese miedo en series como la mejicana *Mujeres asesinas*, emitida entre 2008 y 2010. Muchos textos mediáticos parecen preguntarse: ¿hay alguna trampa tras la belleza ideal y la protección sin límites que ofrecen, por ejemplo los modelos maternales? recordándonos que los "ángeles del hogar" pueden siempre convertirse en demonios concupiscentes, seres venenosos que pueden contaminar con la mirada o con la carne.

2.7 La diferencia sexual y la dominación del cuerpo

Estas invenciones mediáticas proceden de una larga tradición histórica en la que a las mujeres se las calificaba de pasionales, irracionales y dominadas por sus necesidades corporales. En la medicina griega iniciada por Hipócrates y continuada en Roma por Galeno, y cuyos principios siguieron siendo la base de la medicina en occidente hasta el siglo xxiii, el cuerpo humano era pensado como un alambique que va destilando a distintos niveles lo que comemos y con esa materia se producen todos los elementos del cuerpo: los músculos, la sangre, las lágrimas, el sudor, etcétera. Pensaban que el universo estaba compuesto por cuatro elementos básicos: agua, aire, tierra y fuego. También creían que el cuerpo estaba hecho con distintas proporciones de ellos, y que la enfermedad surgía cuando se desequilibraban. Los griegos hicieron, como sabemos, el primer intento de racionalizar la vida en categorías que, normalmente, implicaba una estructura de elementos opuestos (vida-muerte, orgánico-inorgánico, pasión-razón, femenino-masculino). ¿Cómo explicaron de forma científica, la diferencia sexual? ¿Qué hacía que un feto acabase convertido en hombre o en mujer?

El frío y el calor eran elementos fundamentales para la construcción del cuerpo (y la salud). Los varones (que eran definidos como secos y calientes) tenían una especie de alambique superior que les permitía destilar de forma perfecta lo que comían, llegando a destilar las sustancias más importantes para el ser humano: la sustancia cerebral y el semen. Las mujeres (calificadas de frías y húmedas), en cambio, destilan a niveles inferiores, su cuerpo no alcanza tanta temperatura y lo que no consiguen procesar se convierte en la menstruación que liberan cada mes como un material desechable y putrefacto. Para ellos, la esencia de la vida la aportaban los varones en el semen (los homúnculos), mientras que las mujeres actuaban como simples receptáculos de un humano diminuto que iría creciendo en el útero materno. Si mientras se gestaban recibían calor suficiente, se convertían en varones. Si no era así, en hembras. Para el mundo griego, no era que las mujeres fueran exactamente inferiores en nuestras claves actuales de pensamiento, eran más bien un doble defectuoso, inmaduro, un ser humano que no se ha terminado de hacer del todo. Justificaron así el encierro de sus mujeres, manteniéndolas apartadas de los derechos de ciudadanía. Desde luego, no fueron los griegos la cultura que inventó la misoginia, pero, para nosotros, son los primeros que la presentaron a través de ideas racionales, con todo el poder que esto tiene. Los discursos científicos y médicos sobre las mujeres no cambiaron hasta hace pocos siglos esas pautas establecidas en el mundo clásico. Frente a lo masculino (lo caliente, lo seco, lo racional, lo orgánico) las mujeres cayeron del lado defectuoso de la dicotomía porque se catalogaban como frías, húmedas, pasionales e ¡inorgánicas!

¿Qué aporta el modelo de mujeres-muñecas a esa estructura racional? Actúa como un muro de contención simbólica que refuerza la idea de que las mujeres son más débiles, más vulnerables, y que por lo tanto, hay que someterlas y protegerlas. Pero lo más importante es lo que produce en las mujeres de carne y hueso. Nos enfrenta a un modelo imposible de encarnar: ser perfectas. ¿Y cuál es la perfección que aporta una muñeca? No envejece, no cambia, no protesta, no menstrua, no obedece a las normas de cambio de la vida, es eternamente joven y hermosa. Las muñecas, trasuntos de la feminidad, resultan ser modelos tóxicos para las mujeres reales, simplemente porque nadie puede jamás cumplir ese ideal desmaterializado y fuera del tiempo. Sabemos que son solo ficciones y que los seres humanos vivimos distinguiendo perfectamente entre distintos marcos comunicativos. Sin embargo, las historias inventadas están ahí para recordarnos quiénes somos y ponernos imaginariamente, en el lugar de poder que nos corresponde.

El modelo de mujeres-muñecas es un modelo de feminidad basado en una estética *radical* de lo artificial que resulta atractivo porque es inalterable y manipulable. Es un modelo que intrínsecamente des-problematiza las relaciones siempre conflictivas en la vida real entre los géneros. La muñeca es dócil, bella y obediente, pero también siniestra. Es la cara opuesta del modelo también ideal de mujer-madre que había constituido una de las formas simbólicas más potentes en las representaciones tradicionales. Las mujeres-muñecas han desplazado los valores hegemónicos que han tenido las mujeres-madres a lo largo de la historia. El modelo dominante es una mujer delgada, casi descarnada, etérea y con aspecto eternamente adolescente. Rosi Braidotti reflexionando sobre la descomposición de los objetos reales que supone el consumo masivo de imágenes a las que nos hemos acostumbrando, afirma que la muñeca se convierte en el "objeto puro: el artefacto metafísico, la máquina ideal".

Quiero concluir con una sencilla reflexión sobre las consecuencias que puede tener confundir a las mujeres inorgánicas, las muñecas con las mujeres de carne y hueso, con las reales: la objetualización. No hacemos daño en nuestra ética físicamente a nadie si atacamos agresivamente un objeto. Las muñecas son también ese trasunto de feminidad que acaba haciendo vulnerables a las mujeres de carne y hueso. Me acuerdo de lo que me impactó la película de Luís García Berlanga, *Tamaño natural* (1973), que cuenta la obsesiva historia de un hombre que convive con una muñeca y celebra con ella todo tipo de rituales de la vida cotidiana. Pero cuando ves una muñeca de tamaño natural, no puedes dejar de ver a una mujer real. Es dramático que la solución a los conflictos de género suponga siempre la muerte real o simbólica de las mujeres.

3. MUÑECAS BARBIE, JUEGOS Y PENSAMIENTO SIMBÓLICO

Cuando no podemos seguir soñando, morimos.
EMMA GOLDMAN

Cuando he pensado y escrito sobre muñecas, las he tratado siempre como metáforas de la feminidad que usan los medios de comunicación, pero no había reflexionado nunca sobre lo que son: juguetes que las niñas demandan con pasión. Sin embargo, las muñecas suelen ser criticadas por ser objetos que reproducen los elementos educativos más patriarcales. Niñas cuidadoras de bebés, jugando a las cocinitas, o niñas que se preocupan por la apariencia física de sus muñecas, de sus trajes, de sus peinados y de sus complementos, no encajan en los ideales contemporáneos de una educación igualitaria.

Esta interpretación tan crítica no acaba de convencerme del todo. Me genera cierta desconfianza y empiezo a pensar que tiene que ver con el desprecio general a todo lo que en nuestro mundo se cataloga de 'femenino'. Las raíces estructurales del poder sobre las mujeres se tejen en las profundidades del entramado simbólico. Hay un mundo de signos propiamente femeninos y otro, opuesto, de valores masculinos. En el contraste entre ambos, la feminidad aparece siempre como devaluada y sin importancia. ¿La inquina contra las muñecas tendrá que ver algo con esto?

3.1 Muñecas desde siempre

Casi todas las culturas han hecho muñecas con fines rituales y mágicos o como simple entretenimiento infantil. Se han conservado prácticamente en todo el mundo: en África, en Japón, en China, en la América precolombina, etcétera. Las muñecas no son un juguete cualquiera, sino el juguete femenino por excelencia que atraviesa toda nuestra historia cultural. Las primeras fueron encontradas en tumbas egipcias de dos mil años antes de nuestra era, realizadas en madera de una sola pieza. Sabemos también que los griegos y los romanos hicieron muñecas para sus hijas, en este caso con las extremidades articuladas, y que las consideraban objetos importantes, ya que han aparecido como parte de los ajuares de las tumbas de las niñas. Las muñecas simbolizaban la infancia femenina y eran entregadas como ofrenda ritual en el altar de Diana o Venus cuando se preparaban para ser desposadas en la Grecia Clásica.

La principal objeción que solemos poner al uso de las muñecas como juguetes es que son objetos que preparan psicológicamente a las niñas para la cosificación estética, sumergiéndolas, además, en el mundo de los cuidados maternos como rol predominante en su vida futura. Es decir, pensamos que, si juegan con muñecas, tendrán solo el deseo de convertirse en amantes o en madres.

Y si hay una muñeca que ha tenido un éxito enorme en este sentido es Barbie (*la Barbie*), de la que se han vendido más de mil millones de unidades desde que se inventó. ¿Por qué ha conseguido tanta popularidad? Por generación no jugué en la infancia con Barbie. Por eso, me puse a preguntar a mis amigas más jóvenes si habían tenido alguna cuando eran pequeñas. Las respuestas que han ido dándome me han resultado del todo significativas. Casi nadie reconoce haber jugado con Barbie y, si alguien dice que sí lo ha hecho, enseguida continúa con una disculpa no pedida del tipo: “Sí que tuve alguna, pero me aburría”. “Tuve una, pero yo era más de la Nancy”. O simplemente, “la tenía, pero nunca me gustó”. ¿Por qué surge la disculpa antes de la acusación? Las mujeres con las que he hablado perciben que hay algo negativo en Barbie. El reproche fundamental es que está hipersexualizada y enseña a las niñas que el principal valor para las mujeres, es la belleza física. Será casualidad, pero nadie me ha dicho que disfrutaba jugando con Barbie. ¿No será que rechazando a la muñeca se está rechazando el valor de hiperfeminidad que representa?

La percepción que tenemos de esta muñeca es que nunca había habido una como ella y que su éxito está precisamente en su sexualización y en el mundo publicitario que la ha rodeado siempre. Sin embargo, esto no es exactamente así. Las muñecas con aspecto de mujeres adultas existen desde hace al menos doscientos años. En el siglo XVIII, en Francia, comenzaron a fabricarse las llamadas *fashion doll*, de grandes caderas y busto muy marcado, que las casas de

modas colocaban en los escaparates para publicitar sus diseños. Las niñas de la burguesía europea enseguida quisieron tener una y la fabricación se extendió rápidamente desde Francia a Alemania. París era el centro de la moda y también de la venta de muñecas. De hecho, incluso comenzaron a publicarse revistas especializadas en arreglos de muñecas, como *Journal Poupée,* o *La Poupée Modèle* que pretendía como decía literalmente una de ellas, que la niña pudiera "ensayar cómo ser mujer". Al mismo tiempo, las revistas de modas para las mujeres burguesas incorporaron también moda específica para vestir muñecas.

El éxito fue enorme y los ingleses comenzaron a fabricarlas también, impulsados por el proceso de industrialización en el siglo XIX. Era el momento de la consolidación del ideal de la mujer burguesa como *ángel del hogar,* dedicada a la familia y a la crianza de los hijos. La función de las muñecas era enseñar a las niñas a ser madres, ya que en aquellos momentos no estaban sexualizadas. En el año 1900, comenzaron a producirse los primeros *carácter babies,* muñecos con aspecto de bebés, que hicieron furor en todo el siglo XX.

El desarrollo de la fabricación de muñecas en España tuvo un carácter particular y exitoso, si bien fue más tardío que en Francia, Alemania o Inglaterra. La fabricación de muñecas despegó a partir de los años 50 con empresas como Toyse, Vicma o Famosa, que triunfó en España en la década de los 70 con la muñeca Nancy, creada en 1968, con aspecto de mujer joven entre los quince y los dieciocho años. Esta muñeca ha formado parte de la infancia de muchas niñas españolas, con sus trajes y sus accesorios. En 1996, su aspecto cambió totalmente y se acercó mucho a la preponderante Barbie americana. Pero la juguetera Famosa consiguió más éxito todavía con su bebé Nenuco, que superó incluso en ventas a Nancy y se distribuyó en Portugal, Francia e Italia. Estos dos muñecos han formado parte de los juguetes de las niñas españolas durante décadas. Las jugueteras españolas estabilizaron así la producción de muñecas en dos planos convencionales: muñecos bebés para jugar a la maternidad, muñecas con aspecto de adolescentes para jugar a ser mujer.

Otro gran mercado que alimentó la fantasía femenina, y mucho más barato, fue la fabricación de recortables de papel. A partir de la empobrecida posguerra adquirieron una gran importancia las llamadas Mariquitas, dibujadas con todo su equipo de trajes y accesorios, y se mantuvieron muy vivas hasta finales de los años setenta. En España, habían empezado a producirse como en toda Europa, un siglo antes. La editorial barcelonesa Paluzie, en 1865, fue la primera en comercializar decorados teatrales con sus cortinajes y sus personajes con distintos atuendos. Al haberse introducido la técnica de la litografía en 1840, los costes de impresión se habían abaratado, y la impresión de este tipo de recortables llegaron a muchos más niños y niñas que no pertenecían a la clase burguesa. En la España pobre de la posguerra y de los años sesenta y principios de los setenta,

las mariquitas hicieron felices a muchísimas niñas que no tenían posibilidad de tener las muñecas de verdad. Hubo dos editoriales en España que publicaron este tipo de ilustración: Bruguera y la Editorial Roma, que mantuvo a la venta los recortables durante más de cincuenta años. En ellas publicaron sus ilustraciones Helenita, Gallarda, Julita, Ayné o Rosa Batlle. No podemos olvidarnos tampoco de la gran ilustradora María Pascual que trabajó para Toray en momentos en los que las ilustradoras tenían pocos espacios donde publicar sus obras.

La producción cinematográfica de Hollywood fue una fuente también de creación de muñecas en plástico o en recortables de papel a imagen y semejanza de sus actrices más populares, como Dorothy (Judy Garland) en *El Mago de Oz* (1939), o la archifamosa niña prodigio Shirley Temple, que fue fuente de inspiración de muchas muñecas vestidas como ella en películas como *La pequeña coronela* (1935), *Captain January* (1936), *Stowaway* del mismo año, *Heidi* (1937) o *Rebecca of Sunnybrook Farm* (1938). También Greta Garbo, Bette Davis, Marlene Dietrich, Joan Crawford o Vivien Leigh fueron la imagen de una gran cantidad de muñecas hechas para niñas pero, sobre todo, para coleccionistas en el mundo entero. Hollywood explotó todo lo que pudo a sus divas y esa explotación comercial está en el origen del *merchandising* desarrollado a partir de los años setenta. Sin embargo, cuando estudiamos el origen de la práctica comercial de la venta de productos asociados a las películas. Es difícil rastrear este comercio de muñecas, porque, como siempre suele ocurrir, no se advierte su influencia en el desarrollo de las empresas hollywoodenses.

Lo que sí nos cuentan siempre es que fue el genio de George Lucas el que revolucionó la forma de ganar dinero en Hollywood, cuando, en 1977 firmó un contrato para dirigir un nuevo proyecto: *La guerra de las galaxias,* en el que renunciaba a un sueldo como director a cambio de recibir el 40% de la taquilla y el 100% del *merchandising*. A partir de ese momento, cuenta la historia, las películas vienen acompañadas de juegos de ordenador, muñecos, disfraces, carteles y mil objetos más, grabados con imágenes de las películas. Pero esto es una verdad a medias, porque lo que cambia, sobre todo, es la escala de la producción, ya que la fórmula era ya conocida antes en el cine, precisamente a través de la venta de muñecas.

Es significativa la poca presencia femenina de heroínas que ha habido hasta hace poco en ese tipo de productos. Por ejemplo, en la saga *La guerra de las galaxias* (1977) era muy fácil encontrar los muñecos de Han Solo, Chewbacca, Luke Skywalker, el maligno Darth Vader, el robot R2-D2 y todos sus amigos en un montón de objetos publicitarios como mochilas, termos, disfraces, ropa deportiva para niños, pijamas, etcétera, pero imposible encontrar la imagen de la princesa Leia, hasta el punto de que durante años, hubo distintas peticiones a

través de la red para que Disney hiciera una muñeca y estampara su imagen en distintos objetos.

3.2 ¿El sentido del juego?

Una de las batallas del feminismo es criticar la educación diferenciada que reciben niños y niñas respecto a los juguetes, porque la realidad es muy terca: poco o nada han cambiado sus formas respecto a las claves de género en los últimos cincuenta años. Es más, con el desarrollo de la sociedad de consumo, las diferencias estéticas asociadas al género en los objetos de juego se han ahondado. En esta crítica subyace la idea de que la dominación femenina se gesta en los inicios de la vida y de que los juguetes son elementos importantes para fomentar la sumisión de las mujeres. Esta interpretación está en la línea de los teóricos que afirman que cada cultura desarrolla juegos específicos que cumplen la función de inculcar la ideología dominante en cada sociedad. Una idea muy extendida es que el juego infantil es en realidad *el juego de la vida*, en el que las niñas y los niños se entrenan para asumir a través de ellos los valores éticos, pero también estéticos de la sociedad a la que pertenecen. Pero no todas las teorías sobre el juego están de acuerdo con este postulado. El juego puede ser asimilación cultural, pero también puede permitir a los menores especular sobre realidades que no existen, o proporcionarles herramientas para conjurar los miedos o temores infantiles.

En todo caso, los juguetes son importantes porque actúan como mediadores entre lo que los niños y niñas desean y lo que perciben como elementos (y personas) de poder. No podemos conformarnos con calificar sus elecciones como arbitrarias o caprichosas. En los juguetes hay modas y dinámicas de deseo: "quiero lo que los demás tienen". En eso no se diferencian mucho los niños de los adultos. Simplemente, lo verbalizan sin prejuicios. Todas nuestras dinámicas de deseo, el querer algo, están hoy en día traspasadas por los medios de comunicación. Deseamos lo que nos enseñan a desear, y los niños y niñas hacen lo mismo. No creo que sean ni más ni menos manipulables que los adultos, que hemos aprendido a hacernos trampa y a *pasar por la razón* decisiones de compra que son completamente emocionales e inducidas por la publicidad.

Un juguete es un vínculo con el pasado y con la comunidad en la que vivimos. Es un objeto de memoria social, individual y biográfica. Cuando era niña, de vez en cuando mi madre se sentaba a coser a máquina, mientras yo me quedaba embobada mirándola. Ella me decía cuando terminaba: "¿Quieres que te haga una muñeca?" Con un trozo de tela blanca, cortaba y cosía una muñeca en un momento, mientras me contaba que así las hacía ella cuando era pequeña. Mi

madre había nacido en plena Guerra Civil, y vivió la hambruna de los primeros años cuarenta del franquismo siendo muy niña. Una muñeca de trapo había sido para ella un objeto precioso, sustituto de las muñecas que solo tenían "las señoritas". Para mí, sin embargo, esas muñecas que me hacía eran muy poca cosa. Y no se trata de que yo fuera una desagradecida. En realidad no eran un sino un recuerdo del pasado de mi madre que ella me ofrecía afectuosa. Pero los deseos no son traspasables entre generaciones, ni siquiera entre los seres humanos.

Todos los padres y las madres hemos experimentado esto alguna vez: hemos visto un juguete en un escaparate que habíamos deseado de pequeños, y no tuvimos. Entramos corriendo a la tienda, lo compramos con gran ilusión pensando que les gustará a nuestros hijos y, cuando el niño o la niña lo ve y comprobamos que no le hace gracia, sufrimos una gran desilusión. Y es que el deseo es nuestro y no de ellos. Cuando era niña, yo quería una muñeca, pero no de trapo y tampoco me gustaban los enormes bebés con el pelo pintado que mi madre llamaba pepones y que a ella le hubiera gustado tener. Me gustaban las muñecas rubitas con ojos azules con aspecto adolescente, que era las que estaban de moda entonces. En realidad solo recuerdo dos en toda mi infancia: una que parecía una señora de familia bien, repeinada con un traje de encaje por encima de la rodilla, que nunca me hizo gracia, y otra que fue mi muñeca de verdad, a la que llamaba "Miguita" y le contaba todas mis cosas. Pese a lo importante que fue para mí, no sé en qué momento desapareció de mi vida.

3.3 La creación de Barbie

¿De dónde viene el extraordinario éxito de la Barbie? ¿De su capacidad para proyectar una feminidad ideal y fantástica que no existe más que en los medios de comunicación? Si explicamos sus orígenes, tal vez podamos entender de dónde procede su éxito. Barbie fue creada por Ruth Handler, una mujer que se dio cuenta de que a su hija (llamada Bárbara, de la que toma su nombre) le gustaba jugar con muñecas con rasgos adultos. Ruth estaba casada y el matrimonio formaba parte de la empresa Mattel. En un viaje por Alemania, vieron en un escaparate la muñeca sexual Bild Lilli, que no estaba dedicada a las niñas, ya que era un objeto adulto que había tenido bastante éxito en Europa y que procedía de un personaje de cómic. Mattel compró los derechos de la muñeca, pero no la comercializó tal cual, sino que la adaptó a partir de las ideas de Ruth Handler y la presentó en la Feria de Juguetes de Nueva York en el año 1959. Desde entonces, Barbie ha sufrido muchos cambios físicos, sin perder en ningún momento su identidad. La empresa Mattel encontró en ella un filón de oro, poniendo en el mercado mundial

mil millones de ellas. Si pusiéramos en fila todas las Barbies que se han fabricado, podrían dar más de siete veces la vuelta la tierra. La empresa afirma que vende en el mundo tres muñecas por segundo.

En los años sesenta, la editorial Random House publicó una serie de novelas en torno a la muñeca y, a través de ellas, se le fue creando una auténtica historia: sus padres tienen nombre y una identidad, ella tiene un novio con el que rompe y se reconcilia, amigas y familia, mascotas y hasta algún animal exótico. Desde los años 60, no ha parado de modernizarse, incluso engordó a partir de 1997 y se ensanchó su cintura. A partir de 2015, la podemos ver también con zapatos planos y, en 2016 la juguetera empezó a vender muñecas con formas corporales muy variadas. Barbie es también un ente activo en las redes. En la actualidad tiene cuatro páginas web, existen más de 500 grupos en Facebook y cuenta con 7 millones de amigos, es la muñeca con más seguidores en Instagram, y también está en Twitter (@Barbiestyle).

1959, el año de la presentación de Barbie, marcó el final de una época contradictoria en los Estados Unidos y en el mundo entero. Habían pasado casi quince años del final de la II Guerra Mundial y la generación que había sido joven durante el conflicto y que se había dedicado a la reconstrucción nacional, había dejado paso a jóvenes que demandaban libertad para llevar adelante un nuevo modelo de vida consumista y hedonista. Era un momento contradictorio, sobre todo porque las mujeres seguían inmersas en la misma ideología que las había enviado de vuelta a los hogares después de la guerra, cuando los soldados volvieron del frente y ocuparon de nuevo los puestos de trabajo. Ellas tuvieron que conformarse entonces con buscar la felicidad y los proyectos personales exclusivamente en sus hogares, llenos de hijos y electrodomésticos. La dulce Doris Day era la imagen del ama de casa perfecta frente a las sexualizadas *pin-ups*, el contra-modelo siempre necesario. Al menos, esto fue así en el mundo americano que exportó y difundió las imágenes de sus hogares a través de la televisión y el cine hasta que ese modelo familiar se convirtió en la aspiración universal. El libro de Betty Friedan, *La mística de la feminidad,* publicado con un éxito enorme en 1963, puso al descubierto la situación de descontento psicológico de las amas de casa que el cine y la televisión dibujaban como felices. La realidad era que muchas de ellas vivían como una tragedia la falta de opciones profesionales y personales.

3.4 Una Barbie es una Barbie

Este contexto ideológico justifica el enorme éxito del lanzamiento de Barbie, éxito que no paró de aumentar hasta convertirse en un icono cultural del siglo xx.

Como tal, ha sido estudiado desde la sociología, los estudios de comunicación y, en los últimos tiempos, su historia está siendo exhibida en espacios reservados para las obras de arte. En febrero de 2017, en Madrid, se presentó una exposición sobre la muñeca titulada "Barbie, más allá de la muñeca". Era una exposición itinerante por Europa, en la que se incidía en la influencia *modernizadora* que podría haber tenido la muñeca, resaltando la idea de que, desde su nacimiento, fue un objeto muy plástico para representar los cambios de las mujeres en el mundo. Muñecas de todas las razas y culturas, iconos del cine y la música pop, nuevas profesiones para las mujeres, distintos estilos de ropa (que representaban por tanto los cambios ideológicos). Parecía que todos los modos de ser mujer tenían cabida en el mundo Barbie.

En la exposición se veía la transformación de los atuendos femeninos a través del tiempo, el cambio de los rasgos de la muñeca, pero, sobre todo, que una Barbie siempre es una Barbie. Y no es una broma, sino una afirmación que me aboca a una pregunta: ¿qué une a todas ellas, más allá del nombre y de la marca? La respuesta tiene que ver con lo que supuso en su día su originalidad: "creada con aspecto de mujer adulta". Y, claro, esto da mucho que pensar. Tengo dos Barbies en casa: Wonder Woman y Katniss Everdeen, de *Los juegos del hambre*. Las sostengo en la mano, las miro, las comparo. Representan dos heroínas cinematográficas muy distintas, pero entre ellas se parecen bastante. ¿Qué tienen en común? Que son Barbies (y no es un juego tautológico). ¿Tienen aspecto de mujer? Solo relativamente. Una Barbie se parece sobre todo a otra Barbie, insisto. Pienso en las amigas que he tenido, en las jóvenes que conozco ahora, en las estudiantes que pasan por mis aulas, españolas y extranjeras, y la verdad es que nunca, jamás, se me ha parecido ninguna a una Barbie. ¿Será que ha pasado el tiempo y las jóvenes no son como las de finales de los años cincuenta, cuanto se presentó la muñeca? Lo dudo mucho. Lo que pasa es que la Barbie se ha convertido en la Dulcinea de los modelos femeninos contemporáneos, viviendo, sobre todo, en la mente de las personas como un ideal imposible de feminidad.

La Barbie lleva casi cincuenta años produciendo mensajes sobre la feminidad como algo que puede construirse, que puede aprenderse. La ilusión que proyecta es que las niñas pueden ser femeninas y, al mismo tiempo, integrarse en el poderoso mundo masculino sin problemas. Barbie ha tenido muchas profesiones, un novio, pero nunca hijos. En realidad, ha resultado ser un modelo nuevo para una época nueva que comenzó con las revoluciones juveniles de los años sesenta.

Sin embargo, la idea crítica más general que ha recibido esta muñeca, es que es un objeto útil para la "dominación" patriarcal en la educación de las niñas. Un objeto que las enseña a ser femeninas y dóciles al poder masculino a través de una de las grandes estrategias del mundo comercial contemporáneo: marcar un ideal físico como posible y conseguir que las mujeres trabajemos sin descanso en

gimnasios, sometiéndonos a dietas y cirugías hasta el disparate, porque estamos convencidas de que conseguiremos estar siempre jóvenes, sanas y hermosas. Susan Bordo, por ejemplo, en su libro de 1993 *Unbearable Weight*[1], argumenta que, en la cultura mediática contemporánea, se muestra la enorme presión sobre el cuerpo de las mujeres a base de normalizarlas en modelos corporales únicos e inalcanzables. Su tesis es que esta estrategia se ha hecho tan poderosa que ha conseguido que las mujeres fueran abandonando las luchas políticas de los años setenta. Tal vez, la muñeca Barbie tiene la culpa de parte de ese abandono, pero yo tengo serios problemas para admitir esa afirmación de un modo fuerte y quiero explicar por qué.

La Barbie es un juguete, un objeto que sirve para entretenerse y también, como dice la Real Academia, para "desarrollar ciertas capacidades". En su día, esta muñeca les dio más opciones a las niñas que, hasta entonces, jugaban a vestir o desvestir futuros hijos e hijas. Las niñas eran las "mamás" de sus muñecos, pero una niña ya no es la mamá de una Barbie, sino una amiga. Su éxito está relacionado con el capitalismo de consumo que, desde hace décadas nos incita a una fuerte personalización (con lemas como, por ejemplo: "Sé tú misma"), y ha acompañado en ese proceso a las niñas, dándoles la posibilidad de construirse una identidad al margen de su destino maternal y de amas de casa. La Barbie cumplía con los estándares corporales de las *pin-ups*, pero también en torno a ella se tejía una historia de triunfo social y personal.

El mundo Barbie ha despertado cierto interés en la investigación académica, sobre todo en el ámbito de la sociología y la comunicación, si bien, para un gran sector ha sido considerada como un objeto banal y degradante para las mujeres. Lo cierto es que aglutina muchas ideas, normas y valores que circulan en lo social, por lo que algunas autoras hablan incluso de "cultura Barbie". Eso quiere decir que tiene mucho que decirnos sobre lo que somos y sobre los ideales de lo que queremos ser. En este caso, los ideales de la feminidad y la masculinidad. No me atrevo a decir que sea una cultura, pero sí un icono, un símbolo de referencia cultural reconocible para mucha gente. Tienen una gran versatilidad en cuanto a los significados que pueden asumir, dada su apertura y adaptabilidad. A través de la historia de Barbie, algunas autoras han explorado temas como la raza, la sexualidad o la feminidad, convirtiendo un simple juguete en un signo esencial de los cambios teóricos ocurridos a partir de los años setenta. Y es que el juego va siempre más allá de un entretenimiento banal que se olvida y abandona conforme una persona va creciendo.

---

[1] Podemos traducirlo como "Peso insoportable", el título completo del libro es *Unbearable Weight: Feminism, Western Culture, and the Body.*

3.5 Jugando a tener poder

Los juguetes son una preparación para la vida adulta, al menos en alguno de sus aspectos. Jugando, niños y niñas entrenan posibilidades de ser adultos, y da igual qué juguetes les demos. La imaginación desempeña un importante papel en la vida infantil y, si no poseen juguetes, los niños *juguetizan* la realidad. He visto varios casos de padres concienciados, por ejemplo, con el pacifismo, que se han negado en redondo a comprar una pistola de plástico a los niños, pero ellos se han hecho pistolas con cualquier cosa: un palo, un cubierto o, incluso, con un trozo de papel. Y piden pistolas y armas no porque nos vean convivir con ellas y utilizarlas, sino porque están rodeados de ficciones con personajes maravillosos que con ellas conquistan el mundo y las galaxias. De hecho, es curiosa su pervivencia en las películas de ciencia ficción: podrían ocurrírsele a los guionistas muchas formas de matar en un futuro próximo sin armas de fuego o espadas. Pero es evidente que las armas tradicionales siguen teniendo un atractivo enorme, porque hacen que los personajes consigan lo que quieren de una manera rápida y directa. Las armas son una prolongación del poder de la mano, del cuerpo. Los niños y niñas detectan enseguida dónde está el poder y juegan a poseerlo.

A veces, he escuchado debates a los que no otorgo un gran fundamento, acerca de las “tendencias naturales” distintas que tienen los niños y las niñas hacia los juguetes. Se supone que ellas nacen predeterminadas a jugar con muñecas y ellos, con coches y con armas. Yo no estoy de acuerdo con estas ideas. Lo que decimos que nos gusta no se debe tanto a un proceso individual como a un adiestramiento social. Los seres humanos tenemos mentes muy plásticas y entendemos perfectamente la comunicación no verbal: el canal por el que más a menudo nos llegan los premios y los castigos por haber tenido un comportamiento determinado. Los niños entienden también la comunicación no verbal, y no hace falta, por ejemplo, regañar abiertamente a un crío para hacerle saber que no es adecuado su gusto por una muñeca. La comunicación humana va mucho más allá de lo que nos podamos decir verbalmente. Una mirada, un movimiento del cuerpo, una inclinación de cabeza, una caída de párpados, una mueca… son a veces más elocuentes que las palabras. Tenemos cuerpos que nos unen a la naturaleza, pero también poseemos unos altísimos niveles de socialización, de tal forma que todo lo que hacemos está pasado por un tamiz cultural.

Algunos científicos de la mente afirman que nacemos con dos años de inmadurez cerebral respecto a otros mamíferos. La mayoría necesita solo unos minutos o unas horas para ponerse en pie. Nosotros, en cambio, tenemos que ser cuidados un año para que esto ocurra y dos para empezar a hablar. Nacemos con un cerebro prematuro, lo que quiere decir que termina de formarse durante los primeros años de socialización. Por ejemplo, es natural tener hambre, pero

cuántas veces, cómo y qué comemos tiene que ver con criterios culturales. Hasta aquí, mucha gente puede estar de acuerdo con este relativismo cultural, pero, si lo aplicamos al debate sobre la consabida diferencia sexual, la cosa cambia. La mayoría tiene claro que hombres y mujeres somos naturalmente distintos y que a las niñas les gusta jugar a las cocinitas y a los niños al fútbol.

Las cosas podemos explicarlas de otra manera, incluso más sencilla. Cuando somos pequeños, nuestro cerebro va cambiando rápidamente. Nos cuesta adquirir el lenguaje, los conocimientos, las habilidades sociales. Por eso, niños y niñas tienen una conexión emocional muy fuerte con aquellos que les cuidan. Todos hemos visto bebés de pocos meses capaces de controlar ciertos comportamientos de sus padres. Por ejemplo, cuando mi hijo tenía menos de un año comía bien si yo no estaba en casa y le daba la comida otra persona, pero si yo entraba por la puerta mientras comía, cerraba la boca y la comida se había terminado para él, captando así toda mi atención a base de preocuparme. Los bebés tienen una capacidad importante para detectar emociones y aprenden rápido también una cosa fundamental: saber dónde está el poder y quién manda en la manada. En las sociedades patriarcales, la figura del padre juega un papel muy determinado (por acción u omisión, da lo mismo), representando los valores fuertes del sistema: la jerarquía y la competitividad, por ejemplo. Y quiero aclarar que mi discurso no es para nada psicoanalítico, hablo del poder de las decisiones más básicas y primarias sobre la vida que se toman en un modelo estereotipado de familia: a qué hora se va a la cama, qué se come o si es tiempo de juego o de trabajo. Las madres están normalmente manejando los horarios y los ritmos cotidianos. El patriarcado ha hecho que la mayor parte del tiempo de las mujeres se dedique a los cuidados. Eso supone, sin duda, un desgaste en el sistema de autoridad y poder. Las madres deciden (decidían, al menos) todo el tiempo qué se come, a qué hora se sale para el colegio y cosas por el estilo, pero el poder con mayúsculas está (estaba) en la autoridad paterna, un poder que no se desgasta en las tareas cotidianas.

Con las prácticas cotidianas en el hogar y en el colegio, niños y niñas van aprendiendo que el mundo está dividido de forma natural en dos grupos de seres humanos distintos, dependiendo de su sexo, y que un grupo tiene más poder que otro sobre el entorno. También aprenden que ellos mismos deben distribuirse en una de esas categorías desiguales respecto al poder. Más que distribuirse, deben "acatar" la categoría que el grupo social les ha adjudicado. Algunos no se sienten cómodos o cómodas con esa adscripción y comienzan a rebelarse desde muy pequeños, pero eso es otro problema que no me corresponde tratar aquí.

¿Cómo es posible que, generalmente, asumamos esa ordenación y la encarnemos como algo tan importante para la construcción de la identidad? De nuevo, es a través de un mecanismo muy sencillo que la mayoría de los adultos ya hemos olvidado cuestionar: eres niño o niña dependiendo de la genitalidad con la

que naces. Y comienzan entonces a ponernos marcas visibles sobre el cuerpo e invisibles en nuestras emociones. Las niñas con los pendientes y el color rosa; los niños con el azul. Pero también los bebés son marcados con la forma en que se les habla y las cosas que se les dice. Cuando nos dan un bebé en brazos, casi siempre buscamos información sobre si es niño o niña, y actuamos de forma distinta en base a eso: "Qué mona es", decimos si es niña; "Qué fuerte está", "tiene cara de listo", si es niño. Incluso utilizaremos un tono de voz más alto para hablarles a los varones. El resultado es que, a partir de los tres años, niños y niñas ya saben que pertenecen a grupos diferentes y, lo que es peor, que tienen que peinarse, vestirse, hablar y jugar de forma diferenciada.

Con esa adscripción llega también lo que Judith Butler denomina "reglamento de género", una especie de telón de fondo social ideal compuesto de normas no escritas, pero difusas en la realidad, que está presente también en las ficciones que producen los medios de comunicación. Ese entramado que casi no se deja ver lo utilizamos para regular nuestra identidad, pero también para entender las narraciones y las historias que nos cuentan sobre el mundo. Por ejemplo, para una persona que no sepa nada del contexto en el que Cervantes escribió su Quijote, los personajes de los que habla el libro son prácticamente ilegibles. El "telón de fondo" que hace las realidades significativas no para de transformarse con el tiempo. ¿Qué sentido tienen hoy para la mayoría de la gente los personajes de Marcela, Dorotea o Dulcinea de *El Quijote*? La respuesta es que prácticamente ninguno. Para interpretarlos, estamos precisamente la clase profesoral: para explicar a la gente que no sabe el sentido ideológico de muchos de los textos elaborados en el pasado. Las explicaciones que damos de ellos son, a la vez sesgadas, limitadas y sometidas a la temporalidad en que vivimos.

No explicamos la verdad de un texto, sino que aplicamos un telón de fondo para hacerlo significativo. No es solo un problema del uso de un lenguaje, de unas palabras que ya se han perdido. Esos telones cambian con el tiempo, y solo los especialistas podemos describirlo para que otros y otras lo interpreten. Es más, incluso podemos dedicarnos a interpretar lo que ocurre en las obras literarias del pasado, aplicándoles nuestro telón contemporáneo. Y esto es, por cierto, para mí, lo más interesante. Podemos imaginar un futuro de ciencia ficción en el que no se haya olvidado el lenguaje, pero sí los valores que tejen la realidad de nuestra existencia. Me imagino a la gente haciendo una labor de exégesis interpretando el significado de películas como *La guerra de las Galaxias*, tal como ahora hacemos con *El Quijote*. Insisto: no es tanto un problema lingüístico, como un tema de telón significativo.

Los adultos tendemos a pensar que los niños son fácilmente manipulables y que confunden la realidad con la ficción. Yo siempre pienso que los adultos también la confundimos, pero de otra forma. Nuestras ideas sobre el mundo,

nuestros principios morales, nuestros esquemas de necesidades o nuestras pautas de acción están tan mediadas por la sociedad en la que vivimos como pueden estar las de los niños y las niñas, si no bastante más. Tal vez pienso así porque soy feminista, y sé que, históricamente, cuando se quería justificar el sometimiento de las mujeres, no dejándolas votar, administrar sus bienes o formarse como profesionales, se las calificaba de 'eternas niñas'. Yo no creo que los niños y las niñas sean tan manipulables. Simplemente pienso que sobre ellos y ellas recae un sistema de poder patriarcal que nadie cuestiona. Por ejemplo, ¿por qué no votan las personas que tienen catorce o dieciséis años? La respuesta es que no tienen criterio, justo lo que se decía de las mujeres antes del siglo XX. La feminista Shulamith Firestone en su trabajo *La dialéctica del sexo* (1970), pensó mucho en este sentido sobre la infancia y defendió que esa gente pequeña debe formar parte activa de la vida humana, y que el feminismo debía servir también para liberar a la infancia de la opresión patriarcal.

Todos y todas hemos sido pequeños alguna vez pero, por algún extraño proceso, es como si no lo hubiéramos sido nunca. Llegamos a la mente infantil solo por aproximación, imaginándola, pero no viviéndola, como si nunca hubiéramos sido niños. Tal vez el problema es que nosotros ya no somos esa apertura infinita a lo simbólico, a la multiplicidad de significados de las cosas. Tenemos la mente ya hecha. El telón de fondo se ha solidificado en un tupido entramado. Un telón que aclara nuestra visión de los objetos, pero oscurece todo lo que podría estar detrás y ya no vemos. El telón nos ordena la realidad, le da nombre a las cosas, pone orden en las categorías. Pero, sobre todo, nos hace pensar que siempre ha sido así, que siempre ha estado ahí tal cual es y somos incapaces de recordar cómo se ha ido tejiendo, cómo se ha ido elaborando a base de cultura.

3.6 Niños, niñas y pensamiento simbólico

Todo esto me hace pensar de forma más compleja sobre el mundo de la Barbie. ¿Las niñas la utilizan como modelo estético? ¿Se dan cuenta que es solo un juego, y que, por lo tanto, no hay que tomarla muy en serio? Yo creo que cuando somos niños distinguimos perfectamente realidad y ficción. Pondré un ejemplo. He sido una madre preocupada porque mi hijo pequeño no viera imágenes violentas, porque a mí me espantan especialmente las películas o series que se ceban sobre todo en actos crueles como las torturas. Un acto cruel es el resultado de una desigualdad de poder a través del cual el más fuerte hace sufrir al débil y el hecho mismo de causar sufrimiento le proporciona placer al dominador. Muchas películas y series de gran éxito recurren a espectacularizar y estetizar actos de

este tipo (véase, por ejemplo, la serie *Juego de Tronos)*. Yo procuraba sustraer a mi hijo pequeño de la visión de las escenas de violencia que yo misma no soportaba. Me preocupaba que terminara siendo un ser insensible al dolor ajeno. Andando el tiempo, se produjo un interesante fenómeno: cuando tenía cinco o seis años y nos sentábamos juntos a ver la televisión, cuando comenzaba alguna escena violenta, era mi hijo el que corría a taparme los ojos, protegiéndome, y me decía: "Mamá, no mires, que es desagradable". Claro, yo las primeras veces me sorprendía mucho y tomaba mi posición de madre, y le decía: "Pero si eres tú, que eres un niño, el que no tiene que ver esto", y él contestaba muy sensatamente: "Pero yo ya sé que no es verdad, y tú te lo crees". Una lógica aplastante, que va más allá de lo que pensamos: qué un niño es mentalmente un ser indefenso. Mi hijo, en ese momento, se declaraba, en realidad, más capacitado que yo para enfrentarse a la ficción, afirmando que no sufría y no le afectaba lo que veía, porque ya sabía la diferencia entre la representación de las cosas y la realidad, mientras que yo era un ser con mala formación que sufría porque me creía que lo que estaba viendo era verdad. Por eso, no pienso que las niñas tomen las Barbies como simples ejemplos de feminidad tóxica, porque creo que tienen tanto o más desarrollado el sentido simbólico que los adultos. Queremos que los y las niñas se formen, pero que lo hagan en los principios de realidad que consideramos adecuados, y que son los nuestros: en eso consiste la educación.

Para niños y niñas, los juegos forman parte de la realidad. Son la realidad misma. Y, sin embargo, son capaces de reconocer distintos niveles de existencia. Cuando dicen "vamos a jugar" están reclamando un espacio de libertad para hacer lo que quieren, pero también para desarrollar actividades con normas específicas. Los juegos para ellos no son la realidad, sino un signo de ella. Son capaces de reconocer la diferencia entre lo material y lo que forma parte del universo simbólico. Gregory Bateson, en su texto "Una teoría del juego y la fantasía", publicado en 1954, describió muy bien la duplicidad comunicativa que caracteriza a los seres humanos, explicando qué es jugar y qué es la fantasía (en realidad, el pensamiento simbólico).

En primer lugar, afirmó que la comunicación humana se produce a diferentes niveles. En particular, habló de dos: los mensajes que hablan sobre el mundo y los que se refieren a la propia comunicación. Por ejemplo, un nivel es decir: "He perdido jugando a las cartas", y otro distinto decir: "No te miento si te digo que he perdido jugando a las cartas". En la segunda frase, lo que estoy haciendo es reflexionar y avisar sobre la certeza de mi propio mensaje, que correspondería a lo que se llaman mensajes de tipo metalingüísticos o metacomunicativos. Cuando una niña juega a vestir una Barbie con un traje de moda, está hablando de lo que se lleva, pero también está diciendo "estoy jugando". Sabe que los signos que está emitiendo son signos porque los puede falsificar, negar, afirmar, etcétera. Cuando

una niña dice "ya sé que Barbie es una muñeca" nos está revelando que admite una duplicidad de la realidad: la humana y la de la muñeca como signo. Es decir, las niñas tienen la capacidad cognitiva de decir: "Esto es un juego".

Apropiándome de la teoría de Bateson, la niña diría algo así como "Yo sé que lo que estoy haciendo con esta muñeca (cambiarla de ropa, peinarla, etcétera) no son exactamente las acciones que haría, si las estuviera haciendo de verdad). Es decir, las niñas y niños conocen perfectamente lo que sería la diferencia entre un mapa y el territorio representado en él (si utilizamos la terminología del lingüista Alfred Korzybski) o, lo que es lo mismo, los signos de las cosas no son las cosas en sí. Los animales que juegan, dice Bateson, "se comunican sobre algo que no existe", y esto es lo que da a los humanos la posibilidad de hacer arte, juego o fantasear sobre la realidad. Los mensajes intercambiados en el juego no son verdaderos o tomados en serio y lo que denotan es inexistente.

Durante la infancia, niños y niñas pueden discriminar perfectamente cuando están jugando. Es decir, tienen un conocimiento metacomunicativo (que indica las normas que rigen la comunicación) y son capaces de discriminar cuándo están jugando o cuándo no lo están. En este cambio de niveles, da la sensación de que, conforme crecemos, vamos dando más entidad real a lo que es significado simbólico hasta el punto de creernos nuestras propias invenciones sobre lo que somos, sobre lo que queremos o sobre cómo debemos de actuar. Por ejemplo, una niña que cambia un pañal a un muñeco bebé no solo aprende literalmente a cambiar un pañal, sino que asimila una gramática de género. Construye un telón de fondo vital sobre el que puede y debe inscribirse en la vida adulta. No se trata con esto de caer en un relativismo cultural que justifique cualquier acción humana. Más bien, se trata de lo contrario. Los niños y su aprendizaje de lo simbólico dejan al descubierto la trampa en la que vivimos los adultos, que acabamos aceptando muchas cuestiones que son de orden simbólico como si fueran realidades materiales. Y una de ellas es la construcción de los géneros, lo femenino y masculino, formalizados como dos formas de ser opuestas en la emoción, en el sentimiento y en la acción.

3.7 Ya no quiero a la Barbie

Niños y niñas se diferencian en los juegos sociales asumiendo la normativa de género convencional que imponemos los adultos. Cuando son pequeñas, para ellas están los muñecos bebés, las muñecas y los juegos de hogar o de belleza, y para ellos, los vehículos y las armas. Solo hay un elemento nuevo en los últimos sesenta años: los videojuegos y las consolas necesarias para jugar con ellos. Y

claro, también aquí se produce la división por sexos. Pero lo interesante es lo que ocurre a mi juicio, entre los tres o cuatro años y los inicios de la adolescencia. He observado que ellas (aunque no a todas las niñas les ocurre) llegan a una edad en la que perciben que tienen que renunciar de alguna forma a sus juegos infantiles. De repente, reniegan de las Barbies y el color rosa. Muchas comienzan a vestirse de forma parecida a sus compañeros varones, rechazando todo aquello que se les había proporcionado de forma indirecta como elementos identitarios. ¿Qué les pasa a ellos a la misma edad? Que no tienen que renunciar a nada. La vida adulta es una continuidad de la infancia. Los juguetes se cambian por cosas de verdad: coches, fútbol… No hay ninguna fractura en su crecimiento. Pueden seguir jugando toda la vida a las mismas cosas. ¿Por qué ocurre esto? Mi hipótesis es que las niñas detectan conforme van creciendo que muchos de los juguetes y objetos que les han sido propios en la infancia, cuando llegan a los once o doce años, no las empoderan. Sienten que vestirse de rosa, llevar objetos de ese color u otros más llamativos las hace *ridículas* a los ojos de los demás. Es decir, reniegan del modelo de feminidad que se les adjudicó cuando eran niñas y que la sociedad ha tejido de una forma muy elaborada a su alrededor. El modelo masculino, en cambio, no tiene que adoptar esta ruptura. Su proceso de crecimiento no requiere para nada una reelaboración estética (y acordémonos que la estética está muy cercana a la ética).

Ya sé que esta no es la historia de todos los niños y las niñas que puedan existir o que podamos conocer. No hablo de personas, sino de procesos que son observables e interpretables de un modo general. Me consta que mucha gente no muestra en ningún momento de la vida desacuerdo con el sexo que se les adjudica al nacer. Sé que hay muchas niñas que no se pelean nunca con la feminidad que les ha sido propuesta en la infancia y llegan a un desarrollo adulto sin sentir que son los hombres los que tienen el poder en estas sociedades patriarcales y que más vale camuflarse un poco con ellos para que les vaya bien. Todos los procesos generales cambian cuando se encarnan y son interpretados por personas. Pero esto no invalida la observación general de un proceso que explica por qué acabamos negando muchas veces lo que se nos ha inculcado.

En diciembre del año 2005, la profesora de la Universidad de Bath, en Inglaterra, Agnes Naim publicó un estudio en el que decía que muchas niñas pasaban por un proceso particular de odio hacia sus muñecas Barbie y las sometían a castigos como quemarlas o meterlas en microondas para destruirlas, como si fuese una especie de rito de paso de la infancia a la edad adulta. Este estudio es verdaderamente sorprendente y recuerda a las ceremonias griegas y romanas, en las que las niñas tenían que ofrecer sus muñecas a la diosa Artemisa (Diana) y a Venus para pasar a la edad adulta y desposarse. No hace falta llegar a destruir nuestras muñecas físicamente, pero sí creo que el triunfo social exige a las

mujeres un sacrificio simbólico respecto a la feminidad. El único problema es que hagan lo que hagan, el doble vínculo afecta a las mujeres en las estructuras de poder: si eres femenina no tienes poder, si tienes poder, no eres femenina.

La casa Mattel acaba de anunciar que hará muñecas de mujeres importantes en la historia como la artista mexicana Frida Kahlo, la aviadora Amelia Earhart o la matemática negra Katherine Johnson que trabajó para la NASA en los años 60 y se ha hecho muy popular a raíz de la película *Hidden Figures* (2016). La nueva serie de muñecas se llama *Inspiring Women (Mujeres inspiradoras)* y serán puestas a la venta el 20 de abril de 2018. Antes de la celebración del 8 de marzo, han presentado también una línea llamada *Shero* con mujeres que han roto el techo de cristal en sus áreas de trabajo. Por ejemplo, la snowboarder olímpica Chloe Kim, la directora de cine Patty Jenkins que ha dirigido, como hemos comentado, la primera película sobre una heroína de cómic, o la gimnasta Gabby Douglas.

Todo esto me hace pensar en las Barbies de una forma compleja. Las Barbies, para mí, no son solo muñecas, sino el símbolo de una forma de feminidad que ha tenido muchísimo éxito en nuestra cultura, pero que, al mismo tiempo, ha sido duramente denostada. Una feminidad que sigue existiendo, pero, sobre todo, pervive espectacularizada en los medios de comunicación. Una muñeca Barbie es, en realidad, un signo, y un signo siempre es algo que está en lugar de otra cosa que no está. ¿En lugar de qué está la Barbie? De un ideal de feminidad que ya no existe. Las niñas ya no quieren ser Barbies, o quieren ser lo que representó en los años sesenta: una mezcla imposible de sexualización, independencia, y empoderamiento.

4. CUERPOS DE AIRE, CUERPOS DE CARNE: PUBLICIDAD Y ARTIFICIOS DE MUJER

> Los hombres miran a las mujeres. Las mujeres se miran a sí mismas siendo miradas. Las mujeres encuentran constantemente miradas que actúan como espejos, recordándoles qué aspecto tienen o deberían tener.
>
> JOHN BERGER

En la publicidad, las mujeres son el principal reclamo para vender productos de consumo o servicios. Guy Debord en el clásico *La sociedad del espectáculo,* decía ya en 1967 que el cuerpo de las mujeres se había convertido en una de las mercancías más rentables para los medios. Desde los años setenta, también muchas críticas feministas estudiaron esa instrumentalización en un doble sentido: las mujeres son un bien de consumo y, a la vez, el medio para promoverlo. Laura Mulvey, por ejemplo, en su texto clásico *Placer visual y cine narrativo,* de 1974, señalaba que la exposición pública permanente del cuerpo de las mujeres en los medios respondía al sistema de poder que establece que la mirada pública es masculina. Lo dramático es que las mujeres construimos nuestra identidad, al menos, parcialmente, utilizando las imágenes públicas, expuestas y elaboradas para la mirada masculina. En los medios de comunicación, el deseo masculino se expresa a través de la exposición permanente de mujeres que son siempre las deseadas, casi nunca las deseantes. Nos observamos a nosotras mismas, como afirmaba John Berger, imaginando que la mirada y el juicio es el que ellos tienen sobre nuestros cuerpos.

Pero, ¿cuál es el poder de estas imágenes que sabemos que son inventadas y que no responden a la realidad? Roland Barthes decía que el gran poder persuasivo de las imágenes mediáticas es que pueden transformarse en "mitos": combinaciones de signos que expresan ideas culturalmente aceptadas, principios ideológicos

que aparecen como naturales y que no se cuestionan. En todo anuncio publicitario, los signos que vemos y escuchamos (imágenes, sonidos) nos remiten a objetos que traspasan su propia referencia. Una mujer es una mujer, pero, en el sistema publicitario puede ser un signo de prestigio, sexo, maternidad, juventud, vejez, sofisticación y un largo etcétera. Una representación de algo es siempre una encrucijada entre lo individual y lo colectivo, entre lo económico y lo significativo, entre la realidad y el deseo.

4.1 Sexualización y cosificación

El cuerpo idealizado y sexualizado de las mujeres está sobreexpuesto en los medios, pero esa espectacularización tiene consecuencias ambivalentes. Da la sensación de que está por todas partes, pero en una sociedad como la nuestra saturada de información, también se produce el efecto contrario: la invisibilidad de las mujeres reales, ya que ningún cuerpo real encaja con los cuerpos exhibidos en los medios. Ocurre un efecto curioso que habremos experimentado alguna vez: hay dos buenas maneras de esconder una cosa, o sustraerla a la mirada o ponerla totalmente visible entre otros muchos objetos. Las mujeres sexualizadas están por todas partes, pero sus imágenes, sin embargo, no remiten a los cuerpos carnales, reales. Los que vemos se asemejan a "cuerpos sin carne", cuerpos cerrados, aislados, casi inertes. De ellos no sale nada. Son cuerpos-cosa cuya representación no tiene que ver con nuestro entorno más cotidiano, sino con el canon de belleza impuesto en cada momento histórico. No vemos mujeres, sino representaciones de muñecas.

Los mensajes publicitarios son textos que duran pocos segundos y que tienen que condensar mucho la información que quieren dar. Por eso, son altamente estereotipados. No podemos comunicarnos de forma sintética si no utilizamos clichés. El sociólogo Erving Goffman estudió un repertorio de anuncios en los años setenta en el que analizó cómo los publicistas representaban a las mujeres. La conclusión a la que llegó es que la feminidad es construida formalmente con una muestra de situaciones normalizadas que la gente reconoce como normales, olvidando que ha habido en su construcción un proceso creativo.

Los creativos publicitarios "hiperritualizan" lo que creen que la gente identificará como "lo femenino". Goffman afirmó, por ejemplo, que la forma común de representar a los varones es hacerlos aparecer como dominantes de la situación, alertas al entorno, protectores (y, al mismo tiempo, controladores) de las mujeres. ¿Cómo lo hacen formalmente? Poniéndolos a ellos de pie, casi siempre mirando a la cámara o fijamente al entorno, mientras a ellas se las coloca en un plano



inferior, sentadas o tumbadas en el suelo, pisando de manera desequilibrada, con alguna rodilla doblada, inestables, a punto de caerse o con la mirada perdida, ausentes.

Han pasado cuarenta años desde el análisis de Goffman y, sin embargo, es curiosa la pervivencia de esas formas estereotipadas de representación. La publicidad se hace para convencernos de algo. El lenguaje que se utiliza es siempre retórico. Manipula las formas con fines estéticos. Pero la estética y la retórica como decía Roland Barthes, no son simples juegos formales porque son "la cara significante de la ideología".

Un tema que Goffman no trató de forma específica, pero que ha sido objeto de muchas investigaciones desde la perspectiva feminista, es la sexualización de las mujeres en la publicidad, que consiste en la estrategia de presentarlas en actitudes de disponibilidad sexual. Estas imágenes son tan abundantes que no nos damos cuenta de la gran cantidad que vemos cada día. Si nos paseamos por el centro de cualquier ciudad o vemos durante unas horas la televisión, habremos estado expuestos a miles de imágenes de este tipo. Las fotografías de mujeres dispuestas a tener sexo con la persona que las miran pueden parecer banales ya que nadie las toma en serio. Y de esa indiferencia que nos producen, deviene su poder.

En mis clases trato este tema con mis estudiantes. Cuando comenzamos a trabajar al principio, la mayoría debe pensar que mi visión sobre este tipo de imágenes se debe a que soy una feminista ideologizada. ¿Será verdad? Mi trabajo docente consiste, sobre todo, en dar la posibilidad a las y los estudiantes de mirar las cosas de forma distanciada, racional, consciente de lo que significa la mirada sobre los objetos públicos y compartidos. La publicidad es poderosa, no porque nos creamos sus mensajes



literalmente, sino porque crea una ecología de imágenes que da entidad y significado al mundo que nos rodea.

La primera estrategia de representación que trabajo en los grupos, es la más sencilla de todas: cuando tú pones en la misma imagen un objeto al lado del otro, el significado se contagia. Si pongo un frasco de colonia y una cascada de agua detrás, las cualidades que tiene el agua revierten sobre la colonia, de tal forma que mi mente dice: frescura. Si, en lugar de poner una cascada de agua, pongo llamaradas de fuego, la cualidad que atribuyo a la misma colonia es otra, y mi mente dice: calidez. Es una estrategia visual muy sencilla y eficaz. Ocurre esto porque tenemos una mente simbólica que busca la coherencia significativa en todo lo que percibimos en nuestro entorno.

Lo más interesante en este proceso es que necesitamos contar con teorías generales que expliquen eso que percibo. Si no, no será significativo para mí. Si un marciano llegase a nuestro mundo, ¿cómo interpretaría el hecho de que haya un tipo de seres humanos que siempre aparecen en los carteles semidesnudos y arrastrados por el suelo? A no ser que la vida en Marte esté tan cargada de sexopatías como en la tierra, pensaría que hay un tipo específico de seres humanos, con características comunes y con atribuciones especiales para estar ahí tiradas, pero no tengo muy claro que relacionase esas imágenes con las mujeres de carne y hueso que vería caminando por las calles. Y es que poco tienen que ver esas imágenes con nuestras hijas, con nuestras alumnas, con nuestras amigas y compañeras que se mueven por el mundo real.

¿Qué función pueden cumplir, entonces, esas imágenes? ¿Por qué son tan abundantes, tan insistentes? ¿Cómo es posible que nos resulten tan imperceptibles e indiferentes? Casi no las vemos porque son omnipresentes y cumplen la función de recordarnos que el principal valor de las mujeres es su cuerpo añadiendo, además, valor emocional: la vulnerabilidad.

En una cultura racionalista como la nuestra, la sexualidad es percibida como una pérdida momentánea del control del entorno. El sistema patriarcal actual, pasado ahora por el mundo de la imagen, ha encontrado una fórmula espectacular para conjurar el miedo masculino a esa pérdida de control: cosificando a las mujeres, poniéndolas por todas partes en la situación de vulnerabilidad que implica el acto sexual en sí mismo, ya que exige una abstracción del entorno y una pérdida de límites del propio cuerpo.

El uso brutal de mujeres prostituidas en el mundo entero es una realidad que tiene su parangón imaginario en las inocentes imágenes de mujeres dispuestas siempre a tener sexo en las imágenes públicas. Comento en otro capítulo que estas imágenes representan una especie de maná simbólico. Conjuran el miedo a la pérdida de control a base de generar la fantasía de que es posible hipercontrolar el cuerpo de las mujeres, reduciéndolas a objetos sexuales, abundantes,



despersonalizados, serializados y cosificados. Esas imágenes podrán ser inocentes, banales, pero son significativas: crean un telón de fondo en el que se hace visible la supuesta vulnerabilidad sexual y física de las mujeres. Lo más extraño para mí, y que solo puedo explicar a través de la existencia de un sistema de poder verdaderamente salvaje que late en nuestra cultura, es cómo los seres humanos pueden obtener placer con el dominio de los demás y utilizar el sexo como un instrumento más de ese proceso de dominación.

La filósofa Martha Nussbaum definió la cosificación como la reducción de las personas a objetos, tratándolas en las imágenes como si fueran seres inertes para negarles después la autonomía. Es una estrategia que se puede aplicar a todo individuo o pueblo al que se quiera denigrar para legitimar después una agresión. No todas las formas de cosificación son de tipo sexual, pero es evidente que esta es una fórmula que afecta especialmente a las mujeres. Se produce cuando las personas son tratadas física o simbólicamente como objetos de placer, negándoles la subjetividad y representándolas como mercancía, como objetos intercambiables, violables en su espacio e integridad física.

4.2 Bulos patriarcales

La sexualización cosifica a las mujeres convirtiéndolas en objetos para la mirada pública y, en esa mirada, hay poder. En nuestra cultura, mirar algo es una forma de poseerlo. El problema no es que los medios muestren imágenes sexuales en sí (no es que las feministas seamos sexofóbicas), el problema es que, a menudo, en el

universo de la publicidad o en el cine no se muestra la sexualidad femenina, sino un imaginario fantástico de disponibilidad sexual en el que las mujeres no desean nada más que ser deseadas (y dominadas) por los hombres. Algunos psiquiatras, sociólogos o científicos en general siguen contribuyendo a dar forma a la idea de que la sexualidad femenina es "masoquista", creando así el círculo perfecto para la violencia: se supone que a ellas les gusta exhibirse, mostrarse frágiles y vulnerables y que disfrutan cuando son maltratadas. Los "chicos malos" de las películas son representados como el ideal masculino para las mujeres de carne y hueso, contribuyendo así a acrecentar uno de los grandes bulos patriarcales que dice que "a las mujeres les gusta que las maltraten".

La sexualización es una forma de cosificación y la cosificación es el primer estadio para que se produzca la violencia. ¿Cuáles son las principales estrategias representativas para la cosificación? Una ya la hemos comentado a través del trabajo de Goffman: hacer que aparezcan las mujeres siempre subordinadas a los hombres. La segunda estrategia es representarlas de forma fragmentada. Un ser vivo no puede partirse, pero, en las imágenes cinematográficas y publicitarias, sí. Ver trozos de cuerpos humanos estilizados como ahora los vemos por todas partes ha sido un proceso que comenzó no hace demasiado tiempo, cuando se inventa el cine. Si lo pensamos, no hay representaciones clásicas en el arte que muestren un fragmento de un cuerpo hasta finales del siglo XIX. Tal vez, fue Auguste Rodin el primero que lo hizo, esculpiendo manos o cabezas saliendo del mármol. Es decir, lo que vemos ahora con naturalidad, hace cien años, no existía. Ahora, las mujeres descabezadas, sin identidad, piernas, traseros, fragmentos de cuerpos femeninos que se convierten en imagen y representación del erotismo, están por todas partes.

El cine como espectáculo es lo más parecido a la imaginación y, narrativamente, lo más cercano al mundo de la literatura. Cuanto estamos en el cine, en una sala a oscuras mirando una gran pantalla, lo que vemos se parece mucho a lo que hacemos cuando cerramos los ojos e imaginamos alguna cosa. Podemos fragmentar el cuerpo de una persona y modificar temporalmente cualquier experiencia que recreemos. Esta sensación consiguió reproducirla el cine. Los espectáculos teatrales no han podido nunca fragmentar un cuerpo, agrandarlo o empequeñecerlo, como lo hacen las proyecciones cinematográficas, y ese es su gran poder.

Jean Baudrillard, uno de los filósofos de la posmodernidad que como tantos otros, no se paró a pensar en el sentido político que tiene el tratamiento formal que reciben las mujeres en la estética mediática, explicó en cambio muy bien el efecto sobre el imaginario erótico que han tenido las imágenes cinematográficas. El erotismo, decía Baudrillard, se activa sobre todo a través de la percepción de los cuerpos fragmentados, porque imaginamos la sexualidad a través de las



imágenes que nos ha proporcionado el cine. No es erótico un cuerpo desnudo visto de forma realista y entero, sino el juego entre lo que se ve y lo que se intuye del cuerpo humano o lo que se ve de una forma exageradamente ampliada y ocupando todo el espacio visual en una pantalla. La fragmentación forma parte de nuestras percepciones de la ecología que han creado los medios, pero intuimos los efectos políticos que tiene esa forma de producir y difundir imágenes para las mujeres, porque los procesos de fragmentación corporal no han afectado de igual forma a los dos sexos. Mientras que ver trozos de cuerpos de mujeres se ha convertido en algo natural y normal, los cuerpos fragmentados de los varones para erotizarlos son todavía escasos. En el capítulo en el que analizo la serie *Outlander* comento precisamente este proceso como algo novedoso en una serie que ha sido tachada sistemáticamente de feminista por la prensa especializada.

La tercera estrategia fundamental para conseguir la cosificación de los cuerpos es volverlos estéticos, deseables, a base de artificialidad. Dudar de si lo que estamos viendo es un cuerpo vivo o no lo es, si es materia orgánica o inorgánica, es el juego perfecto para hacer aparecer los cuerpos como si fuesen objetos susceptibles de ser manipulados y alterados a gusto de su poseedor.

4.3 SIN CARNALIDAD

Quiero de nuevo hacer un inciso y remitirme a la literatura para poner en evidencia que los medios de comunicación han ideado muy pocas innovaciones estéticas o, tal vez, es más adecuado decir que han trastocado poco el imaginario social, por lo menos, en lo que a las representaciones de género se refieren. La cosificación del cuerpo femenino ha sido un argumento literario de gran éxito en las épocas más idealistas de la literatura, como el Renacimiento, el Romanticismo o el Simbolismo, cuando las mujeres eran más perfectas en la medida en que estaban más desmaterializadas. Por ejemplo, Gustavo Adolfo Bécquer, en su narración *El beso,* muestra sin reparo el rechazo a la carnalidad femenina y la fascinación que le produce la perfecta docilidad de una estatua. La situación es la siguiente: un capitán les cuenta a sus compañeros que la historia de amor más perfecta que ha vivido no ha sido con una mujer, sino con una estatua de un cementerio. Consigue llevarlos allí para que la vean, y cuando está al pie de la figura, mientras sus compañeros descubren su locura les dice:

> –¡Carne y hueso!... ¡Miseria, podredumbre! [...]. Yo he sentido en una orgía arder mis labios y mi cabeza; yo he sentido este fuego que corre por las venas hirviente como la lava de un volcán, cuyos vapores caliginosos turban y trastornan el cerebro y hacen ver visiones extrañas. Entonces el beso de esas mujeres materiales me quemaba como un hierro candente, y las apartaba de mí con disgusto, con horror, hasta con asco; porque entonces, como ahora, necesitaba un soplo de brisa del mar para mi frente calurosa, beber hielo y besar nieve... nieve teñida de suave luz, nieve coloreada por un dorado rayo de sol.... una mujer blanca, hermosa y fría, como esa mujer de piedra que parece incitarme con su fantástica hermosura, que parece que oscila al compás de la llama, y me provoca entreabriendo sus labios y ofreciéndome un tesoro de amor... ¡Oh!... sí... un beso... solo un beso tuyo podrá calmar el ardor que me consume.

Y es que toda la literatura misógina que ha existido a lo largo de la historia se ha dedicado a destacar los supuestos males de las mujeres pero, sobre todo, se ha cebado con el cuerpo femenino como elemento dañino y hasta demoníaco. Y, lo más importante: todas y todos hemos pasado por las aulas en las que nos han enseñado a amar y respetar estas imágenes de los grandes hombres de Historia de la Literatura Universal que se han dedicado a lanzar diatribas misóginas sobre el cuerpo femenino.

¿Cómo es posible que se pueda “descarnar” así a las mujeres para objetualizarlas? Las mujeres livianas y sin peso como ideal, son la imagen opuesta a la



sexualización. En este sentido, podría parecer que la descorporeización permite a las mujeres encontrar un lugar simbólico seguro respecto a la violencia. Hace unos años me encontré con un anuncio de Claudia Schiffer en un cartel publicitario. Estaba tumbada sobre nubes, mirando el infinito, sobrevolando el coche que anunciaba.

Luego, me di cuenta de que hay muchas imágenes de este tipo: mujeres flotando entre nubes, en el agua, en el aire, con la mirada perdida, ausentes del entorno. Casi siempre tumbadas, leves, sin peso, casi inorgánicas. Y esa imagen me recordó a otras que había visto también a menudo en la Historia del Arte: la imagen de la Virgen María, sobre todo, en la advocación de la Inmaculada Concepción.

He pensado mucho acerca de lo que ambas imágenes tienen en común: las dos flotando, las dos dirigiendo la mirada hacia un punto fuera del cuadro. Ellas no miran, son miradas por nosotros, que las vemos. En la pintura de Murillo, María Inmaculada es observada por varios amorcillos que convierten su cuerpo en el objeto doblemente mirado: por ellos y por los espectadores. Varios siglos separan la construcción de estas imágenes y los medios empleados para producirlas. Tampoco coinciden los objetivos para los que fueron creadas, ni el público que las ve. Pero hay algo común que hace que mi cerebro las relacione: son representaciones del "eterno femenino". Todo es diferente en ellas y, sin embargo, de forma sospechosa, algo coincide: los mismos elementos estéticos, que, como diría Barthes, son los significantes de la ideología.

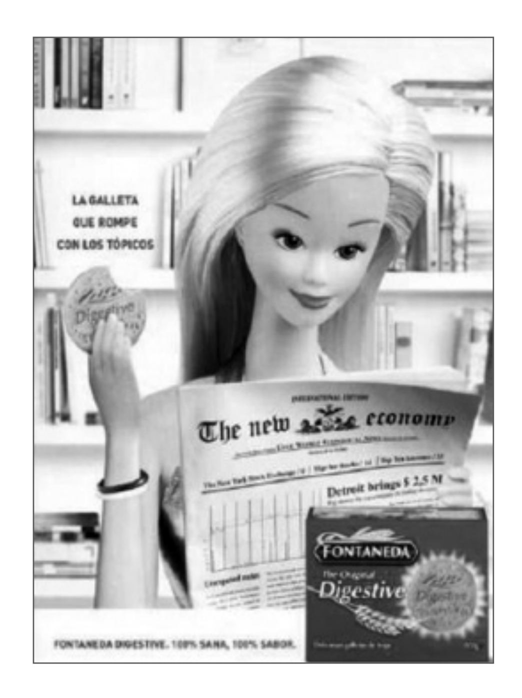


El estereotipo de la mujer ideal, como cuerpo para ser mirado, ha atravesado varios siglos y revoluciones sociales y culturales. ¿Será que la representación de la feminidad ideal continúa inscrita en patrones más tradicionales de lo que podríamos pensar? Es como si esta forma de representar a las mujeres, como si

no estuvieran hechas de carne, no hubiera perdido un ápice de la tensión y de la eficacia emotiva que han tenido siempre.

Tanto las imágenes de mujeres hipersexualizadas como las descarnalizadas se explican de la misma forma porque, en realidad, son las dos caras de la construcción esquizoide de lo femenino en nuestra cultura. Las mujeres o son representaciones de la Eva concupiscente, tentadora y pecadora del Génesis, o son imágenes de la Virgen María, un modelo femenino imposible de seguir por las mujeres reales que, en ningún caso, han podido ser vírgenes y madres a la vez.

La realidad social, política y familiar ha ido cambiando para las mujeres y, muchas veces, la publicidad lo refleja, representándolas empoderadas y con capacidad de consumo. Pero, al mismo tiempo, esas imágenes conviven con las convencionales mujeres-muñecas que cumplen la función de hacerlas retroceder al lugar simbólico que les corresponde de acuerdo con las normas patriarcales. Miremos este anuncio de galletas:



Podrían haber puesto la fotografía de una mujer de carne y hueso leyendo el periódico *The New Economy* con una estantería de libros de trabajo detrás. Pero a alguien se le ocurrió que sería más eficaz poner una muñeca tipo. ¿Por qué? No creo ni por un momento que los o las publicistas hayan actuado conscientemente como "agentes del patriarcado" al elegir esta forma de representar a las mujeres. Seguramente, hubo motivos que habrán calificado de estéticos y, tal vez, económicos en esta decisión del tipo: si no podemos poner una foto de una actriz famosa, pongamos la de una muñeca, que resulta tan atractiva como ella. Sigamos jugando un poco con esta imagen y preguntémonos qué ocurriría si, en lugar de ser una Barbie la que aparece en la foto, fuese su novio Kent. ¿Se lo habrán planteado como posibilidad los creativos publicitarios? Seguramente, no. Pero, en el caso de haber tenido esa idea, ¿la habrían desechado por poco interesante, o incluso por absurda? ¿Se sentirían los hombres identificados con muñecos en espacios de poder? ¿Se verían representados por ellos? Me temo que no. ¿Por qué se supone que funcionan eficazmente entonces este tipo de imágenes con muñecas como trasuntos de la feminidad?

Contesto con una idea de Judith Butler: funcionan porque hay un “reglamento de género” que nos dice que lo femenino se acerca a lo elaborado, a lo artificial, a lo inorgánico. Es el telón de fondo que nos explica por qué son tan eficaces las imágenes de este tipo. Esta muñeca está ahí para neutralizar el poder de las mujeres que tienen poder. El implícito es que para ellas el poder es un juego que no se toma en serio del todo. La feminidad frívola a la que alude la muñeca contagia toda la situación imaginaria de su contexto.

4.4 Arreglos, modas y fantasías de *lo femenino*

¿Cómo es, entonces, la feminidad de la que hablan las muñecas? ¿Tiene algo que ver con la feminidad que interpretamos las mujeres en la vida real? ¿Qué es *lo femenino*? Solo podemos definir esta categoría en nuestra forma de pensar dicotómica, oponiéndola a lo que se considera masculino. Pondré un ejemplo muy banal: tengo una amiga que cuando me ve bien vestida, para un acto especial, me dice: “Qué bien estás hoy. Vas mujer, mujer”. Que conste que es una amiga feminista, que utiliza esa expresión como parte de un juego de entendimiento e implícitos mutuos.

Esa expresión popular de arreglarse “mujer, mujer” siempre me ha dado que pensar. Es la verbalización de un proceso complejo de saturación de significado. Es como si dijéramos: ser mujer está bien, pero podemos ser doblemente femeninas si llevamos más allá los signos y las acciones que nos convierten en mujeres. Cuando mi amiga me dice esa expresión, yo siempre le contesto de la misma forma: “No sabes el tiempo que he empleado para salir así a la calle”. Y sí, es que convertirse en “mujer, mujer” es un trabajo muy laborioso de manipulación corporal.

Es curioso que, en una época que supuestamente es tan igualitaria como la que estamos viviendo en la actualidad, pervivan tanto las diferencias en el arreglo entre hombres y mujeres. Reflexionemos un momento sobre este punto, ya que el modo en que nos vestimos y aparecemos ante los demás sigue siendo una de las marcas identitarias más fuertes en las sociedades actuales. Podemos ver como anecdótico el éxito de las y los *youtubers* que dan consejos a través de Internet sobre cómo arreglarse, pero la verdad es que ese éxito se explica solo si lo interpretamos como la necesidad que tenemos los seres humanos de encajar de alguna forma con aquellos a los que queremos parecernos y reconocemos el miedo que tenemos a no integrarnos en nuestro espacio social.

La indumentaria y lo que nos ponemos en el cuerpo muestra lo que somos, pero, sobre todo, indica qué queremos ser y a qué grupo queremos asimilarnos.

Si preguntamos en nuestro entorno por qué alguien lleva puesta una determinada prenda, la mayoría de las personas dirá algo así como: "Yo me visto así porque me gusta". Claro, es evidente, pero también chocante que a ningún hombre se le ocurra usar una falda, por ejemplo. Si preguntamos también a la gente sobre lo que está de moda, la mayoría contestará que "se lleva todo", sabiendo que esto no es tampoco verdad. Hay dos cosas curiosas en el proceso estético que son elegir la ropa y vestirse para estar en sociedad: todo el mundo piensa que va bien vestido para la vida que lleva y que el mal gusto es algo atribuible siempre a los demás.

Si pensamos todo esto en clave de género, nos damos cuenta de que la indumentaria y la forma de aparecer nos dan mucha información de los valores ideológicos que funcionan en cada época respecto a la división sexual. Hagamos un brevísimo repaso por la evolución de la indumentaria masculina y femenina a partir de la Revolución Francesa porque, a veces, es más fácil pensar en el pasado que mirar de forma objetiva nuestro presente.

Uno de los resultados de la Ilustración fue que los trajes masculinos se simplificaron y se eliminaron de la vestimenta todos los adornos suntuarios que eran propios de la nobleza. A partir de mediados del siglo XIX, Inglaterra exportó la moda del actual traje de chaqueta, un modelo que hasta entonces era usado solo para actividades en el campo o en la playa. El traje y el arreglo masculino burgués equipararon "la elegancia a la sencillez". Para las mujeres, también las modas cambiaron con la Revolución Francesa. A finales del XVIII y en la corte de Napoleón, se impusieron los vestidos de corte imperio: trajes muy sueltos con telas ligeras de organdí o muselina.

Para ellas, la simplificación del traje no supuso la reducción total de los adornos, ya que siguieron llevando joyas, galones o lazos que aportaban identidad familiar o grupal. En todo caso, la ligereza de los trajes napoleónicos duró poco. Con el siglo XIX y el auge del Romanticismo, mientras los grandes poetas hacían loas a la libertad y a la revolución, los cuerpos femeninos se encerraron en trajes con aspecto de jaulas. Volvieron a ponerse de moda los corsés, las faldas se abultaron con pesadas enaguas y las crinolinas, miriñaques y polisones actuaron como auténticas barreras de separación entre los cuerpos de las mujeres y los que las rodeaban. No era solo que los corsés llegaran a deformar sus cuerpos, sino que, además, tenían que mostrar languidez y dependencia en sus comportamientos a base de prácticas poco recomendables, como beber vinagre para estar pálidas y con aspecto enfermizo. Y siguieron llevando joyas y adornos, al ser las encargadas de mostrar el estatus familiar, los símbolos de la riqueza y la ostentación de clase.

En la actualidad, las cosas no han cambiado demasiado. Las mujeres siguen siendo las depositarias de los símbolos grupales. Por ejemplo, algunos grupos intentan mostrar su preeminencia social a base de marcas de estatus que llevan

sobre todo las mujeres: las operaciones de estética, la piel bronceada todo año, los cabellos tratados con elaboradas tecnologías o la ropa de determinadas marcas son los signos de las mujeres de clase alta. En otras culturas, son ellas las que siguen llevando sobre el cuerpo los signos de identidad religiosa o cultural: tocas, pañuelos, sombreros, diademas… mientras que sus parejas pueden ir por la calle de forma no-marcada, porque son lo universal, pertenezcan a la religión que pertenezcan.

Construir la feminidad requiere una mayor manipulación sobre el cuerpo que construir lo masculino. Lo masculino es lo normal, lo neutro, lo universal; lo femenino, lo elaborado, lo particular. Siempre me ha resultado curioso comprobar que la masculinidad es una categoría aparentemente más desvinculada del cuerpo que la feminidad. Tenemos refranes populares que lo corroboran: "El hombre y el oso, cuanto más feo más hermoso". Un hombre desarreglado no es nunca en el imaginario "menos hombre". Su masculinidad no se resiente. Sin embargo, con las mujeres ocurre todo lo contrario. Si una mujer no se arregla según un código no escrito como se tienen que arreglar las mujeres, no es calificada solo de "dejada" o descuidada, sino que es muy posible que su feminidad sea cuestionada y reciba insultos del tipo: "Es un marimacho".

La diferencia entre lo que les ocurre a los hombres y a las mujeres en relación a su arreglo físico nos desvela una clave interesante acerca de cómo se construyen socialmente los géneros. Una frase muy conocida en los estudios feministas es "la feminidad es una mascarada", formulada por Joan Rivière en 1929, que se refiere a que la identidad social es una elaboración que nos permite ser reconocidas como lo que creemos ser.

Judith Butler pensó mucho sobre esa auto-construcción de la identidad, lo que ha abierto la puerta a pensar que todos somos "libres" de interpretarnos como queramos. Esta maniobra política para controlar nuestra apariencia puede ser muy problemática en el mundo real, porque no hay una simetría en lo que tiene que hacer un varón para representarse como hombre y lo que tiene que hacer una mujer para convertirse en mujer. El control de la identidad, del *self* que llamaban los antropólogos de la Escuela de Chicago, para mucha gente, no es una opción. Si eres una mujer de la clase trabajadora, que no has tenido muchas opciones de formación, que trabajas muchas horas diarias, vives a dos horas de tu trabajo, crías uno o dos hijos con pareja o sin ella…, es posible que las opciones estéticas que tengas a tu disposición sean precisamente las que son objeto de burla por la gente de clase media que las considera chabacanas. Solo hay que echar una mirada a YouTube para ver cómo chicos y chicas muy jóvenes se ríen y parodian el aspecto personal de las y los *chonis*, esos jóvenes de *mal gusto* que no tienen pretensiones culturales "y lo único a lo que aspiran en la vida es a ser cajeras de supermercado" como afirma uno de ellos en un tutorial. El sexismo, el clasismo

y el racismo colaboran juntos elaborando modelos que son imposibles de seguir para las mujeres reales.

¿Qué convierte en femeninas a las mujeres de cualquier clase social o condición? Se trata de una actitud comunicativa específica, de ocupar un determinado lugar en los espacios públicos y privados pero, sobre todo, ser femenina requiere que pongamos una atención especial sobre nuestro cuerpo. Observarnos atentamente, fragmentarnos y hacer una lista mental de tareas específicas que tenemos que hacer sobre nuestra corporalidad para conseguirlo: depilación, pulido y pintado de uñas; teñido, rizado, alisado del cabello; mascarillas faciales, hidratación, exfoliación, peelings, maquillaje, paleta de colores para las sombras. Todo el cuerpo es objeto de intensas manipulaciones para llegar a ser "mujer, mujer". Pero entre todas ellas, las más importantes y obsesivas son las que recaen de forma neurótica sobre el rostro.

La cara es nuestro principal signo de identidad. En ella están escritos nuestro pasado familiar, la vida que hemos llevado, la edad que tenemos, nuestra subjetividad frente al mundo. En la cara todo se fragmenta, todo se retoca: las cejas, las pestañas, los párpados, los labios, los pómulos. Todo tiene que mostrarse, al mismo tiempo que debemos mantener oculto lo que nos individualiza y nos diferencia. ¿Qué está pasando con nuestra cultura que solo ve negatividad en el paso del tiempo en la cara de las mujeres? ¿Por qué está tan mal visto envejecer? O, mejor, ¿por qué es imposible que las mujeres envejezcan con dignidad? La sombra del edadismo sobrevuela el destino femenino. El problema es que la discriminación por la edad no comienza en etapas avanzadas de la vida, sino que está incluida en el imaginario de la feminidad desde la infancia. Acordémonos de nuevo de la frase de Diderot: "Todas morís a los quince" que comentaba en el capítulo 1 de este libro que resume el lugar de perpetua neurosis en el que el sistema patriarcal encierra el imaginario sobre las mujeres.

Da igual que tengamos veinte años o setenta. Si quieres ser femenina has de pasar por asumir un grado de conciencia sobre tu cuerpo fragmentario y manipulable. A veces, todo esto puede ser divertido, sin duda, pero, cuando se convierte en el requisito para poder ser reconocidas en un ambiente social o profesional, puede convertirse en una pesadilla. Ir "mujer, mujer" a trabajar todos los días a las siete de la mañana, habiendo dejado organizada la comida de los niños, la ropa recogida, la compra hecha, no es muy fácil, ni gratificante. Y, encima, ocurre una cosa: la feminidad está maltratada con un doble vínculo en las relaciones sociales, de tal forma que si una mujer se arregla mucho, puede ser considerada un poco tonta y, si no se arregla nada, ni siquiera será reconocida como una mujer. Este es el drama de la feminidad en muchos ámbitos: hagas lo que hagas, tu comportamiento es inadecuado.

Y una reflexión para terminar. Es verdad que todas las culturas se han inventado formas particulares de arreglo personal. En las tradicionales, incluso cada estamento o grupo guardaba para sí el derecho a llevar ciertos atuendos o signos en exclusiva. Los monjes medievales, por ejemplo, llevaban sus grandes hopalandas y sus estrambóticas tonsuras para diferenciarse de los demás. Y es que lo que llevamos en el cuerpo y sobre el cuerpo son, sobre todo, signos del lugar que ocupamos en el mundo. Todas las culturas se han inventado arreglos personales: tatuajes, escarificaciones, perforaciones han señalado la diferencia entre la naturaleza y la cultura. En nuestro caso, el arreglo de las mujeres también significa algo. La pregunta es ¿cómo nos arreglamos de forma concreta, materialmente? La respuesta es muy sencilla: nos arreglamos para parecer muñecas y seguimos así los dictados imaginarios que crea el patriarcado para nosotras.

4.5 Mujeres artificiales y artificios de mujer

Hoy no usamos sobre el cuerpo símbolos que indiquen a qué familia o tribu pertenecemos. Lo que llevamos, sobre todo, son cosas para marcar la diferencia sexual. Nos pintamos… ¿cómo? Una base de maquillaje es fundamental. Con ella intentamos ocultar arrugas, manchas, ojeras. Se trata de conseguir que nuestro rostro no esté marcado por el paso del tiempo. Queremos una piel de "marfil" o "terciopelo". Los ojos los sombreamos para que parezcan más grandes y, por lo tanto, más aniñados. Y todo esto se completa con una sonrisa más fácil que la que suelen tener la mayoría de los hombres. Las manipulaciones sobre el cuerpo y en las posturas que adoptamos son una consecuencia del deseo que subyace en la construcción de lo femenino: ser eternamente niñas, ser eternamente perfectas y no envejecer nunca. Lo femenino es lo inorgánico, lo que no cambia, la muñeca.

La calidad de ser inorgánicas está en la esencia de la diferencia sexual, llenando la dicotomía femenino/masculino. Actuamos sobre esa diferencia, la ponemos en marcha en la interacción social, pero nuestra *performance* de género tiene además que ser reconocida por el grupo. "Lo femenino" es una construcción subjetiva y sobre la subjetividad, basada en el conocimiento de lo que intuimos que el entorno reconoce como "lo femenino".

Bajtín decía que todos contamos con un repertorio de imágenes, que denominaba "la pantalla", que nos permite manipular nuestra identidad de acuerdo con lo que pensamos que los demás entienden como aceptable. La pantalla son las "posibilidades de ser" y nos proporciona no solo modelos a imitar, sino de los que disentir con toda nuestra fuerza y expresividad. Por ejemplo, puede haber mujeres que intuyen perfectamente que el modelo de mujer – muñeca puede

ser exitoso en ciertos contextos, pero no están de acuerdo con las implicaciones ideológicas que este modelo tiene y pueden optar por construirse una identidad formal opuesta, no aceptando lo que consideran signos de *feminización*. Se produce así una paradoja: Para muchas mujeres, el empoderamiento femenino pasa por alejarse del modelo de feminización más divulgado en los medios de masas.

Si estamos de acuerdo en que existe un modelo de feminidad inorgánica o de mujer-muñeca, podemos desear alejarnos de ese modelo en la medida en que soy crítica con el rol social de las mujeres y mostrar nuestra disidencia manipulando mi apariencia en oposición a la propuesta de la mujer muñeca: nada de maquillaje, nada de cabello largo y sedoso, nada de pintura de labios o de uñas y por supuesto, nada de depilación. Las identidades sociales se crean en oposición a la identidad visual del grupo al no se quiere pertenecer.

El repertorio de imágenes que vemos en los medios tiene una función normativa. Marca lo que se considera aceptable y lo que se sale de los límites de esa aceptabilidad. Salirse de "la pantalla" respecto a la construcción de la autorepresentación de los géneros implica una punición, al menos, estética: es desagradable una mujer desarreglada o un hombre demasiado blando o femenino respecto a los gestos o el modo de vestir.

4.6 Sobre cuerpos y efectos políticos

La crítica feminista que en los ochenta se preguntaba por las consecuencias del consumo de imágenes y de ficción en la vida de las mujeres, en los últimos años ha desplazado la centralidad del problema hacia estudios de carácter más etnográfico, intentando pensar en "cómo usan" las mujeres las representaciones que les llegan a través de los medios.

En consecuencia, la crítica feminista ha pensado que "ser mujer" tiene poco que ver con esa imagen de pasividad y debilidad tradicional del modelo femenino. Las mujeres no son meros espejos reproductores de lo que la sociedad les ofrece. A partir de la famosa frase de Simone de Beauvoir "no se nace mujer, sino que se llega a serlo", la identidad femenina se concibe no solo como una simple identificación con los modelos que la sociedad propone como posibles y disponibles en el imaginario, sino como una "construcción performativa" (Judith Butler) porque las mujeres actúan e imitan unos roles sociales establecidos, pero no lo hacen de una manera repetitiva y simple, sino que, en cada actuación, hay una posibilidad de disidencia y alteración del modelo propuesto tanto en los medios de comunicación como en cualquier otro acto comunicativo.

En este sentido, la publicidad genera diferentes modelos de mujeres (no solo las muñecas) que, en muchos casos, pueden ser utilizados para ser subvertidos, parodiados o desmentidos en las prácticas cotidianas donde la identidad está en continua elaboración y confrontación con los otros. En todo caso, el estereotipo de la mujer-muñeca como modelo inalcanzable en la vida personal ha sido el caballo de batalla para parte del pensamiento feminista de los últimos años, con críticas que han insistido en la necesidad de pensar la identidad desde la corporalidad, un lugar muy realista de la existencia.

Los medios y sus representaciones tienden a descorporeizar y *descarnalizar* a las mujeres. La identidad, como una cuestión constructiva y performativa, está muy bien, pero creo que es precisamente en este punto donde debemos contener la deriva posmoderna respecto a las cuestiones de identidad. Las personas no somos solo identidades lingüísticas y performativas. El género y el sexo no se pueden cambiar o alterar con la frivolidad que algunas teóricas plantean. Estoy de acuerdo con Rosi Braidotti cuando argumentaba que deberíamos volver a pensar desde el cuerpo. Somos cuerpos, pero cuerpos vestidos y, por lo tanto, marcados por la cultura.

La cuestión sería preguntarnos ahora qué pasa con la vida de las mujeres en un mundo donde se dan unas normas de género que se tienen que encarnar en la vida real. Todas sabemos que existe un ideal descarnalizado de lo femenino, pero sabemos que podemos actuar no asumiendo los roles propuestos en ese estereotipo. Debemos asumir que la feminidad, tal como se propone en los estereotipos convencionales (vírgenes o Evas), tiene unos altos costes en la vida real. La autovigilancia permanente, los problemas alimentarios, los ideales de belleza imposibles de cumplir, el sufrimiento por no ser eternamente jóvenes. El sometimiento a este orden simbólico supone asumir las raíces de la desigualdad y la violencia.

5. HEROÍSMOS: BATALLAS SIMBÓLICAS Y GUSTOS *GENERIZADOS* EN LAS INDUSTRIAS CULTURALES

> Las mujeres hemos servido todos estos siglos de espejos, con el poder mágico y delicioso de reflejar la figura del hombre al doble de su tamaño natural.
>
> VIRGINIA WOOLF

Cuando era una niña me encantaban los cuentos populares porque en ellos, los seres sin importancia como yo, conseguían lo que querían. Las personas diminutas, los niños y niñas, las mujeres, los pobres, la gente fea y poco brillante se enfrentaban a los poderosos y ganaban: Blancanieves se libra de su opresora madrastra, la niña del cuento *Piel de asno* elude con astucia los deseos de su incestuoso padre o Rapunzel sale airosa, después de ser sometida a un largo encierro. Algunos años más tarde, en el colegio empezaron a hablarme de otras historias, que encantaban a mis profesoras y profesores que les concedían un gran valor literario: Jasón y los argonautas, Ulises y sus erráticos viajes, Aquiles y su fuerza infinita. Aquellas historias estaban bien, los personajes procedían de familias importantes, realizaban esforzadas hazañas, podían ser incluso hijos de dioses, pero nunca me gustaron tanto como los cuentos populares. Sin embargo, enseguida percibí que conocer a estos héroes daba más caché intelectual que saber de los personajes de los cuentos y que quedaba bien si podía llegar a identificarlos en alguna pintura clásica o en algún texto literario reciente.

Yo lamentaba en mi fuero interno no sentir admiración, por ejemplo, por las hazañas del Cid Campeador. No les decía a mis profesoras que lo que me parecía más interesante de esa historia era la lamentable situación de su esposa y sus hijas, violadas en mitad de un conflicto de poder y casadas a la fuerza. Las profesoras tampoco hacían ningún comentario relevante sobre el tema, como si

fuera un detalle sin importancia ni trascendencia. Ahora puedo entender el disgusto o la falta de interés que me producían aquellos textos, porque he aprendido que no se lee solo con la mente, sino con el cuerpo. Era una niña y leía todo eso como una mujer, porque las claves de género se aprenden muy pronto. Pasados muchos años, ahora comprendo por qué me gustaban *Pulgarcito*, *Hänsel y Gretel* o *Caperucita Roja*, mientras que los grandes héroes de la literatura me resultaban violentos, a veces antipáticos y sus hazañas, brutales.

A veces me pregunto, cuando estoy frente a un grupo de estudiantes dando clase, si a ellos les ocurrirá lo mismo. Son jóvenes en torno a los veinte años, que ya se han distanciado bastante de las emociones de la infancia. Es más, en ocasiones tienen que demostrar que ya no les queda nada de ella. Cuando explico algo de teoría narrativa, mi primer impulso es vilipendiar a los héroes cinematográficos soltando algún que otro sarcasmo. Pero casi nunca lo hago, porque sé que esa forma de hablar es fácilmente mal interpretada. Me autocensuro porque hay muchas posibilidades de que se me entienda solo literalmente. He aprendido que no debo hacer ironías sobre lo poco estimulantes que me resultan la mayoría de las películas de cine o de televisión en las que los hombres, sean buenos o malos, héroes o antihéroes, desarrollan unas acciones fantásticas y maravillosas de superación. A nadie le gusta escuchar esos argumentos. Pero lo cierto es que me aburren profundamente las historias que son fantasmadas egocéntricas de la masculinidad, escenificaciones de un imaginario de poder, que ignora los cambios sociales que han afectado a la realidad de las mujeres durante el último siglo.

En el cine *mainstream* abundan los argumentos que giran en torno a algún personaje masculino o grupo de personajes masculinos que quiere algo que no tienen, o que se enfrentan a una calamidad sobrevenida. Ese algo que desean pueden ser mujeres, objetos maravillosos o el poder en sí mismo. Cuanto más dificultosa es la búsqueda, más capital heroico acumulan. ¿Por qué fascinan al público este tipo de historias? ¿Por qué se repiten tanto en la ficción? Podemos hacer la pregunta desde otro lugar: ¿Qué es un héroe? Y como hablamos de género y feminismo, podemos atrevernos a preguntar ¿qué es una heroína?

5.1 PASIÓN POR LOS HÉROES

Un héroe es siempre masculino (aunque sea un animal o una cosa), que no ha de ser, en principio, ni más fuerte, ni más listo que los demás. Es un individuo común que, de repente, se encuentra con una situación adversa que va a ser capaz de superar. Los héroes se van a enfrentar a la posibilidad de que el mundo se destruya, a que la amada o los seres queridos sean raptados o amenazados, a

la pobreza de bienes materiales o, simplemente, tendrán que seguir un mandato impuesto por otros personajes del tipo: entregar un anillo, vengar una afrenta, etcétera. Pero no es suficiente todo esto para alcanzar la categoría de héroe: de alguna forma, el personaje tiene que conseguir el reconocimiento de la comunidad a la que pertenece y a la que debe ser capaz de donar lo que consigue. Un héroe pasa por situaciones complicadas física o moralmente, sufre privaciones y, ante todo, es un ser capaz de contener el sufrimiento: no se queja, no habla mucho, guarda secretos, come poco, suele prestar poca atención a la sexualidad, por lo menos, mientras duran sus trabajos.

Es muy común leer en la crítica cultural en los tiempos posmodernos que vivimos que los héroes al uso ya no están de moda, que al público le gustan más los antihéroes que los héroes, porque ya somos una civilización cínica y descreída sin esperanzas en la humanidad. Los antihéroes suelen ser personajes perdedores. Aparentemente, no tienen grandes ideales ni interés por sacrificarse anónimamente. La crítica especializada los confunde a veces con los malos, con los antihéroes también llamados oponentes, los personajes que trabajan impidiendo que los protagonistas consigan sus objetivos, pero no lo son. El personaje de Jack Sparrow de la saga *Piratas del Caribe* puede ser un ejemplo de antiheroicidad simpática y amable: un poco cobarde, le gusta más hablar y embaucar con la palabra que luchar con las armas, no se mantiene fiel a ningún bando y no le importa aliarse con quien sea con tal de conseguir algo. Hay muchas versiones antiheroicas masculinas en todos los géneros cinematográficos. Ninguno de tanto éxito en España como la saga de cinco películas de *Torrente* estrenadas entre el año 1998 y el 2014, creadas y dirigidas por Santiago Segura. El personaje representa todo lo políticamente incorrecto: es soez, sexista, sus bromas son casi siempre escatológicas, y sin embargo ha conseguido un gran éxito de taquilla.

El éxito de personajes como estos, no podemos interpretarlo como un síntoma de que a la gente ya no le gustan los héroes, sino todo lo contrario. El heroísmo a la manera tradicional sigue vendiendo más que cualquier otro tipo de producción. De hecho, si echamos un vistazo a las películas más taquilleras de los últimos cuatro años, nos encontramos que las figuras de héroes convencionales siguen levantando pasiones en el público. En el año 2014: *Transformers: Age of Extinction* y *El Hobbit: la batalla de los cinco ejércitos;* en el año 2015: *Star Wars: Episodio VII. El despertar de la fuerza* y *Jurasic World*; en el año 2016: *Capitán América: Civil War* y *Roge One: Una historia de Star Wars.* Por último, en el año 2017 vuelve a ser la película más taquillera *Star Wars: Episodio VIII. Los últimos Jedi*, y película infantil *La bella y la bestia.* Cinco de estas cintas están distribuidas por Walt Disney Pictures, una por Universal Pictures, una por Paramount y una por Warner Bros, un dato que nos da una pista de lo que luego comentaremos también: la gran concentración empresarial en la producción de industrias culturales.

Los héroes siguen estando de moda, el público se moviliza en masa para ir a verlos al cine y pagan por ello. Lo único novedoso en los últimos tiempos es que, poco a poco, han ido apareciendo en escena heroínas, primero, en papeles secundarios, pero también como protagonistas. Al menos desde los años noventa, el cine comercial no ha parado de experimentar con el nuevo modelo de lo que se han denominado las "mujeres fálicas", que comentaremos en otro capítulo. Otro gran momento para la historia de las heroínas en el cine acabamos de vivirlo en el año 2017 con el estreno de *Wonder Woman*, que también se merece un estudio más detallado en capítulo aparte.

Como sociedad, nos sigue gustando entonces el material heroico. ¿Qué nos aportan? ¿Consuelo y esperanza de justicia en un mundo injusto? ¿La idea de que podemos actuar individualmente para cambiar el mundo, o que usar la violencia tiene muchas compensaciones? ¿O, simplemente, que estas historias nos alegran una vida monótona y aburrida? Es complicado dar una respuesta a todo esto. Solo podemos hacer deducciones a partir del éxito que tienen. Por ejemplo, es evidente que a la gente le encanta ver todo tipo de tragedias, calamidades y violencia en el cine, con tal de que al final de la película se dé algún tipo de restitución o vuelta a la calma de los personajes.

Es importante para explicar el gusto por lo heroico reflexionar sobre qué tipo de sociedades tenemos respecto a la violencia. En las democracias actuales, los individuos no estamos legitimados en ningún caso para utilizar la fuerza (salvo en defensa personal o cuando un estado nos moviliza para emprender una guerra). En las sociedades democráticas el poder coercitivo está en manos de cuerpos especiales controlados por los estados como la policía y los ejércitos. En este sentido, vivimos en sociedades altamente pacificadas. Parte del material heroico se extrae de esa limitación para el uso individual de la fuerza porque ¿qué pasa cuando los que tienen el poder legítimo para ejercer la violencia no cumplen con las normas ni respetan las leyes ni protegen a las personas? De ese conflicto nacen muchas de las historias contadas en el cine o en las novelas: cuando la autoridad no cumple su papel, los individuos ganan legitimidad para luchar contra el sistema. Políticos y jueces corruptos, policías que venden sus servicios a mafiosos, la ineficacia institucional para luchar contra el crimen organizado. Todas estas situaciones son la disculpa para que surja el héroe que se toma la justicia por su mano y todo el público aplauda. Los héroes son individuos que, casi siempre de forma accidental, caen en el abandono físico o social y, solos, deben emprender una lucha para restituir un estado de justicia originario. Por supuesto, en este caso, la violencia es un recurso legítimo que aporta, además, el reconocimiento social.

La ficción cubre el vacío que existe entre lo normativo y el deseo. Por eso, la fascinación por la violencia y su rechazo van unidas. En la vida real, necesitamos

entornos seguros, pero, a través de la ficción podemos experimentar la fantasía de vivir al margen de ella. Todo héroe tiene algo de canalla, sus actos se justifican al margen de las normas. Los héroes y las heroínas de ficción nos atraen porque nos dan la esperanza de que podemos salir del anonimato y la invisibilidad y alcanzar un estadio de triunfo social y personal con total impunidad. Y todo esto ¿nos vale para explicar el heroísmo femenino? Es evidente que no, que, cuando se habla de heroínas, la principal cualidad es su capacidad para aguantar el sufrimiento y sacrificarse hasta la muerte. Controlar las situaciones a través de la violencia, no ha sido nunca un requisito del heroísmo femenino, que no casa bien con el uso de la fuerza y la violencia.

La realidad es que la mayoría del cine está hecho por hombres para que lo vean otros hombres (y soy consciente de que todos los directores negarían rotundamente esta afirmación). Lo triste es que, en el cine comercial, también las películas “de chicas” casi siempre están hechas por hombres que creen saber lo que nos gusta a las mujeres. En todo caso, las películas “de chicas” son solo para nosotras, mientras que las de ellos son para todo el mundo. Eres una mujer aburrida si no admiras la inteligente saga de *El señor de los anillos* y poco intelectual si no te conmueven las filmografías de Woody Allen o Lars von Trier. Todas sabemos que no quedamos bien si ponemos pegas a las películas de Quentin Tarantino o David Lynch, mientras que, personalmente, he tenido que justificar a menudo que me parezca excelente el cine de Icíar Bollaín o Sofía Coppola. Lo más impresionante de todo es que nadie me obliga a hacer esto. Nadie me fuerza de forma explícita a que justifique mis gustos. Sin embargo, sé que mi posición es más débil y va contra el sentir general y, por eso, tengo que justificarme.

Hay una serie de mandatos que asumimos de forma natural por el hecho de ser hombres o mujeres, también lo que es propio que nos guste o nos disguste. Cuando a un niño le gustan las muñecas vestidas de rosa, recibirá un refuerzo negativo, cuando muestre que le gusten las motos o los coches, recibirá un refuerzo positivo. Esa frase tan popular “sobre gustos no hay nada escrito” es fantasiosa donde las haya. Sobre lo que nos puede gustar o lo que nos debe disgustar hay siglos de impronta cultural. Sin embargo, nos han educado en el principio de que el gusto y el disgusto son emociones íntimas.

¿De dónde viene la confusión? Yo creo que procede de una verdad inicial incuestionable: los mandatos estéticos son muy fuertes porque no tienen que pasar por la razón, sino por el cuerpo. Por otra parte, las cuestiones estéticas suelen aparecer como un añadido a temas más importantes. Lo importante de un plato es que recoja la comida: el dibujo o el material del que esté hecho debe ser una preocupación de segundo orden que cede ante la utilidad del objeto. Lo curioso es que esos mandatos estéticos son los más fuertes de todos, aunque parecen intrascendentes. Cuando digo que algo me gusta o me disgusta, aludo a una emoción

que me pasa por el cuerpo (eso es la estética). Si desprecio algo, si algo me da asco, no hay manera de que pueda racionalizarlo y controlarlo. El cuerpo actúa.

5.2 GUSTOS DE MUJERES

Las mujeres nos pasamos la vida disculpándonos: de que nos guste el rosa, de ir de compras o de que nos gusten las comedias románticas. Pedimos disculpas por asumir hábitos y rutinas "feminizadas", pero también damos explicaciones si nos gustan el fútbol o las películas de guerra. A menudo, nos vemos contestando a preguntas del tipo "¿cómo es posible que te guste tal programa frívolo de televisión, con lo inteligente que tú eres?" La formulación de esta frase nos sitúa como interlocutoras en una situación de desventaja, porque no nos queda más que emprender una justificación, lo que implícitamente convierte nuestros gustos en inadecuados.

El antropólogo Dan Sperber analizó el juego enunciativo que se produce entre dos personas cuando una de ellas admira o desprecia algo. Cuando alguien nos dice: "¿Cómo es posible que te guste tal cosa?", el que habla está despreciando al objeto y lo mira desde un plano superior. Cuando decimos en cambio, "me encanta tal cosa", nos ponemos en un plano inferior al objeto, es como si miráramos de abajo a arriba. Los productos culturales feminizados son mirados desde un plano de superioridad cultural y fácilmente despreciados. Por eso, las mujeres vamos a ver cosas de todos, pero los hombres (y algunas mujeres) no quieren ir a ver productos marcados como femeninos.

Esto ocurre porque la forma en que miramos el mundo las mujeres sufre una devaluación simbólica. Las películas románticas, los programas de televisión de testimonios personales, las revistas del corazón, las revistas de modas. A ese tipo de productos, la mayoría de la gente (también muchas mujeres) lo mira desde un plano superior, lo desprecia. El consumo cultural masculino, sin embargo, no pasa por estos filtros del género. Si dijera en cualquier contexto: "No soporto el fútbol" o "no me gusta nada *Malditos bastardos,* de Quentin Tarantino", ¿qué reacción causaría en mi auditorio? Pues depende, claro está. Haría falta una complicidad de tipo "feminista" para que esas aseveraciones fueran aceptadas. De hecho, cuando estoy dando clase y quiero iniciar un debate sobre el tema las formulo de forma indirecta, y suelo decir algo así como: "No sé nada de fútbol, pero, si a tanta gente le encanta, debo estar perdiéndome algo apasionante. Como ya no me da tiempo en esta vida de enterarme por qué, lo dejo como un deber pendiente para la próxima". Si toco lo *masculinista* que me resultan el fútbol o las carreras de coches, ahí se acaba la paciencia de mis escuchantes. ¿Quién soy

yo para meterme con diversiones semejantes? ¡Una profesorcilla que se atreve a hablar de pasiones que no entiende! Y es que las pasiones, no se entienden; se encarnan.

A veces mis estudiantes se cansan y me dicen por ejemplo: "Ya está bien de complicarlo tanto. Eso me gusta porque me gusta, y ya está. No hay que retorcer tanto las cosas. Solo estamos hablando de una película". ¿Qué quieren decir con esto? Que el ocio y la cultura no es uno de los temas "importantes", de las asignatura "duras" como la Política Internacional o el Derecho de la Información que les enseñan en la Facultad. El ocio para ellos es diversión y lo que menos debe hacerse con una diversión es analizarla.

En las escuelas y en las familias les hemos enseñado también que el consumo cultural es un consumo de segundo orden. Primero, debemos atender a las "necesidades básicas": comer, vestirnos etcétera, y solo tendremos ocio y cultura cuando nos sobren el tiempo y el dinero. Pero, en una sociedad como la nuestra, esto es solo una verdad a medias. La triste realidad de este mundo es que seguramente es más fácil pasar hambre que quedarse sin ver la televisión. En el año 2015, las industrias culturales en España generaban ya un 3,2 % del PIB. Según datos de Eurostat de diciembre de 2016, los empleos en el sector cultural en Europa son un 3%. Estas empresas son importantes en su aspecto económico, pero también porque contribuyen a crear ideas compartidas a las que llamamos ideología dominante. En el terreno estético se juegan batallas políticas y económicas altamente significativas.

5.3 ¿Cultura de masas?

Algunos teóricos de principios del siglo XX, como Theodor Adorno y Max Horkheimer, pensaron sobre el impacto que estaban produciendo los medios de masas (en aquellos años, prensa y radio) en la cultura. La ambición de estos nuevos medios está en llegar a un gran número de público y, por lo tanto, basa su producción formal en la repetición de estereotipos y la distribución de productos serializados. Para estos escritores de la Escuela de Frankfurt, eso conllevaba un empobrecimiento cultural, porque ese tipo de productos tienen el objetivo de entretener y no hacer pensar a la gente. Para ellos, los medios de masas resultaban letales para la emancipación del ser humano. Cultura e industria eran una contradicción *in terminis*. Walter Benjamin fue uno de los pocos autores de esa época que pensó que esas características que aportaban los medios de masas podrían ser positivas para la liberación de la clase obrera, siempre y cuando esta consiguiera acceder a la producción mediática, ya que el halo de "originalidad"

que tenían las obras de arte (que él denominó "aura") desaparecería y cualquiera podría ser un "creador". Para Benjamin, la pérdida de "aura" de las obras de arte al ser reproducidas y banalizadas en los medios de comunicación, podría ser un instrumento para terminar con los privilegios de la clase burguesa, al menos en lo que a creatividad se refiere. Su pensamiento era optimista: creía que la clase obrera podría emanciparse utilizando como una herramienta más la creatividad y el arte. Todo el mundo tendría la posibilidad de crear imágenes y distribuirlas de forma "democrática". Benjamin murió trágicamente en 1940 antes de conseguir un visado para ir a América en plena Guerra Mundial y no llegó a ver cómo los ideales de emancipación de la clase obrera se transformaron en deseos de consumo y bienestar después de la II Guerra Mundial.

En los años sesenta, la negatividad que proyectaban los teóricos sobre los productos mediáticos volvió a cambiar. Desde Inglaterra, con los llamados *Cultural Studies,* se comenzó a trabajar de otra manera: en lugar de analizar de forma crítica y negativa los textos que emitían el cine, la televisión o los cómics, se estudiaron las audiencias. Los y las investigadoras se preguntaron esta vez: ¿Qué hacen las personas con los textos que reciben? ¿Cómo los descodifican? ¿Para qué los usan? ¿Qué estrategias utilizan por ejemplo las mujeres para identificarse con productos que son o bien masculinos, o que están devaluados? ¿Cómo subvierten los grupos más desfavorecidos la cultura dominante?

La respuesta general que dieron es que los receptores adaptan las interpretaciones de los medios que consumen a su contexto de vida particular, descodificando los mensajes de una forma que no estaba prevista por los emisores. Por ejemplo, Janice Radway, en su trabajo de investigación *Reading the Romance* (1984), llegó a la conclusión de que a muchas amas de casa les gustaba leer novelas románticas (un producto devaluado) porque facilita la búsqueda de un tiempo propio de disfrute personal dentro de los rutinarios trabajos del hogar y porque los modelos de hombres y mujeres que aparecen en ellas podían resultarles inspiradores a la hora de decidir cambios en su vida personal. Los *Cultural Studies* aportaron perspectivas muy novedosas porque, por primera vez, los productos culturales dedicados a la diversión y a la "masa inculta" se tuvieron en cuenta como objetos de estudio significativos en la construcción de la identidad individual y de clase.

5.4 La cultura popular

Hoy, los principales problemas y preguntas que nos planteamos respecto a los industrias culturales ya son otros. Los estados del mundo rico han visto con

claridad que la cultura forma parte del capital industrial de un país. Desde hace más de dos décadas, en Europa se da por supuesto que la cultura abarca un gran abanico de productos: libros, videojuegos, cine, teatro, museos, exposiciones, etcétera y que todos constituyen una fuente de ingresos muy importante en el peso de las economías.

¿Qué caracteriza las industrias culturales? Que venden contenido simbólico estimulante y divertido para la audiencia. Sus trabajadores suelen ser jóvenes, autoempleados y altamente creativos. Consiguen convencer a la gente de que paguemos por el ocio y la cultura, pero también por la televisión o el acceso a todas las plataformas de Internet. Aunque es un sector altamente diversificado, está también muy concentrado. Por ejemplo, en Estados Unidos, que sigue siendo el país hegemónico en la producción de *soft power*, en el año 1982, el 90% de los medios de comunicación estaba en manos de cincuenta empresas. En el año 2015, el mismo tanto por cierto de medios está en manos solo de seis: The Walt Disney Company, Comcast, News Corporation, ACL Time Warner y Viacom. Esto significa que conforme ha ido avanzando el siglo XX, la diversidad empresarial se ha limitado. Las producciones que triunfan, tienen que llegar a mucha gente, deben tener una estandarización muy fuerte y, sobre todo, "no tienen que molestar a nadie". El problema es que el mundo sigue siendo sexista, racista y clasista, y la cultura *mainstream* asume como universal unas características humanas que en realidad son propias de nuestra cultura occidental, que es la que acaba imponiendo su imperialismo cultural sobre el resto del mundo.

Por otra parte, Internet nos ofrece la posibilidad de poder enseñar nuestros trabajos creativos y venderlos de forma alternativa, al margen de las grandes industrias. Facilita el acceso a públicos restringidos, a burbujas comunicativas, y da la oportunidad de que algunos artistas consigan los recursos suficientes para vivir. Pero el éxito internacional no se alcanza en este sistema sin pasar por las grades industrias del ocio.

Las burbujas comunicativas se refieren a un proceso que ocurre desde el año 2009 en que Google comenzó a personalizar las búsquedas de los usuarios. Eso quiere decir que si dos personas *googlean* en sus respectivos ordenadores la misma palabra, los resultados que les devuelve el buscador son distintos, porque se supone que el buscador, basándose en nuestras búsquedas anteriores, conoce la información específica que necesitamos. Si soy feminista, por ejemplo, me llegarán las noticias y los comentarios en Facebook, Instagram o Twitter sobre feminismo. Pero si soy un radical anti-feminista, también me llegarán las noticias más afines a mis creencias, sintiendo que somos tal vez más personas y colectivos de los que somos, con un peso social que, a lo mejor, tendríamos que relativizar. En Internet hay una pluralidad de discursos enorme, ya que permite la conexión ideológica más allá de las fronteras de los países y los territorios, pero también

está impidiendo el diálogo real entre personas y colectivos que piensan de diferente forma. El problema serio que podemos vislumbrar del desarrollo de las redes sociales es que acabemos siendo una especie de autistas culturales que no queramos saber nada más que de nosotros mismos.

También vivimos una época particular respecto a cómo circulan los gustos estéticos. La cultura *mainstream* se apropia constantemente de las culturas alternativas. Por ejemplo, la producción teatral que ha recaudado más dinero de taquilla en el mundo es la de *El rey león,* montada y estrenada por la productora Disney Creative Entertainment el año 1997. La directora del espectáculo, Julie Taymor, se formó en el teatro alternativo, visitó Sri Lanka, India y trabajó en el mimo y en el teatro de marionetas. No se trata solo de que las pequeñas productoras tengan que competir con las multinacionales del ocio, sino que además, esas multinacionales se alimentan y apropian de la creatividad de las personas y los movimientos alternativos. Ya no existe la diferencia entre lo culto y lo popular, quedan pocos productos masivos dedicados en exclusiva a las clases altas o bajas, a las ricas o empobrecidas culturalmente. *El rey león* es el ejemplo de un exitoso espectáculo de masas que los más puristas pueden calificar de alienante. Sin embargo, la producción se ve refrendada no solo por la gran cantidad de premios recibidos, sino que instituciones culturales, como el Museo Nacional de la Historia de América de Nueva York o el Museo Victoria y Alberto de Londres han exhibido algunas piezas de sus montajes como parte del patrimonio cultural más destacado en la actualidad.

En este sentido podemos preguntarnos, ¿cuándo ha entrado el feminismo en la cultura popular? ¿Cuántas heroínas que veo en la televisión y en el cine son el resultado de dos siglos de lucha feminista? ¿Cuánto debe, por ejemplo, el éxito de la película *Wonder Woman* a las sufragistas del XIX? ¿Es, de verdad, la heroicidad femenina cinematográfica un objeto de empoderamiento para las mujeres o es un simple objeto comercial? Esta cuestión de la apropiación del feminismo por la cultura pop, la analizaremos brevemente en otros capítulos de este libro, en los que reflexionaremos sobre el supuesto éxito del feminismo, tan difundido y aclamado por los medios de comunicación y las redes sociales.

5.5 ¿Y LAS MUJERES EN LA INDUSTRIA CULTURAL?

Pero antes de contestar estas preguntas, pensemos un poco en el papel que tienen las mujeres en las producciones culturales *mainstream*, cuál es su presencia en esa pujante industria que es tan importante porque determina nuestro consumo y nuestros valores culturales. Si el objetivo del feminismo es que las mujeres estén

en este mundo en clave de igualdad con los hombres, deberíamos preguntarnos por qué siguen estando tan excluidas de la producción de bienes culturales masivos. Esta es la realidad: los sectores de producción audiovisual, de productos comunicativos dedicados al entretenimiento, son áreas profundamente masculinizada tanto o más que las industrias tecnológicas. Si hiciéramos un análisis de tipo cuantitativo, nos daríamos cuenta de una evidencia: de donde hay grandes intereses económicos, grandes capitales que se mueven, resultan excluidas las mujeres. El cine es un buen ejemplo para ver hasta qué punto este tipo de industrias está manejada por los hombres, porque el dinero no confía en ellas.

La historia del cine comercial es la historia de esta exclusión. Desde el momento en que los hermanos Lumière presentaron el cinematógrafo en un salón de París en 1895, se puso en marcha una industria que no ha parado de transformarse y crecer durante todo un siglo. Al principio, el cine comenzó siendo un negocio artesanal que continuaba con los cambios que había introducido la fotografía. Los vestuarios, los decorados, la forma de aparecer ante la cámara, todo recuerda a los espectáculos que podían verse en cualquier teatro. A finales del siglo XIX, había muchas mujeres trabajando en el cine, al que se fueron incorporando con naturalidad desde sus trabajos con la fotografía y el teatro. Sin embargo, cuando leemos un manual de historia del cine, prácticamente todas ellas han desaparecido.

Las investigaciones históricas llevadas a cabo a partir de la Segunda Ola de feminismo sacaron a la luz nombres de grandes directoras, como la francesa Alice Guy, que trabajó en la compañía Gaumont y llegó a crear una productora propia, donde montó más de seiscientas pequeñas historias. Su obra más conocida, *La dama de las coles,* fue estrenada en 1896. En sus películas vemos muchos de los trucos que luego se le adjudicaron a George Méliès como el manejo de la cámara rápida y lenta, la doble exposición de negativo, etcétera. Trabajó en los inicios del cine hasta que dejaron de contratarla y volvió a Europa. Cuando regresó a Estados Unidos años más tarde e intentó recuperar su obra, se encontró con que había sido catalogada bajo el nombre de otros directores. Escribió una biografía que fue publicada en 1976, en la que muestra una gran amargura: “Si yo hubiera nacido en 1873, hace justo un siglo, si hubiera trabajado para Gaumont durante once años, si hubiese conocido a todos los científicos importantes de mi época, si hubiese sido la única mujer directora de cine del mundo durante diecisiete años, ¿quién sería yo? Sería conocida, sería famosa, sería reconocida... ¿Quién soy yo? ¿Méliès, Lumière, Gaumont? No, yo soy una mujer. Por tanto, nadie sabe mi nombre.” Esta directora es un buen ejemplo de lo que le ocurrió a otras muchas, como la americana Lois Weber o la italiana Elvira Notari. Cuando la maquinaria de Hollywood se puso en marcha en torno a los años veinte del siglo pasado con su

sistema monopolístico en la producción y la distribución de películas, que necesitaba grandes inversiones, todas ellas desaparecieron.

Desde entonces, el único papel permitido a las mujeres fue el de actriz: la pieza más espectacular y expuesta a la mirada de los espectadores de la producción hollywoodiense. La industria las convirtió en divas, pero les impidió desempeñar cualquier otro papel. El divismo fue la cárcel de oro en el que la industria del cine encerró el talento femenino. Las cosas tardaron décadas en ir cambiando, y no fue hasta casi los años setenta cuando las mujeres volvieron a dirigir películas. La situación del cine comercial en la actualidad sigue siendo bastante escandalosa. Por ejemplo, solo se ha otorgado un Óscar a la mejor película a una mujer Kathryn Bigelow en el año 2010 con el film *The Hurt Locker* (traducida en España como *En tierra hostil)*, una película bélica al estilo tradicional en la que no aparecen prácticamente mujeres.

La realidad es que las mujeres no han conseguido profesionalizarse en las producciones *mainstream*, lo que quiere decir que no acceden a los grandes presupuestos para la realización. En un estudio impulsado por Women in Film and Televisión de Los Ángeles y el Sundance Institute, que fue presentado en el año 2013, se demostró que existen más mujeres en el cine independiente americano que en el cine comercial de Hollywood. ¿Qué quiere decir este dato? De nuevo que a ellas les cuesta llegar allí donde hay grandes presupuestos. En ese estudio se evaluó además la presencia de las mujeres en distintos puestos de responsabilidad en las películas presentadas al festival Sundance de cine alternativo en las ediciones que van del año 2001 al año 2012 y se comprobó que, en ese tipo de films, la participación femenina era en torno al 30%, lo que supera la media del cine comercial. Los presupuestos más limitados también determinan el género en el que se puede trabajar. Los documentales, por ejemplo, pueden hacerse con poco presupuesto, y de ahí la abundancia de directoras en el género. La ficción, y sobre todo las películas de acción o de ciencia ficción son mucho más caras de producir, por eso no las dirigen mujeres. Este estudio también revela que en las películas en las que las mujeres están en puestos de mayor responsabilidad, se contratan a más mujeres como a montadoras o directoras de fotografía. Las causas de que ocurra todo esto son múltiples: la discriminación activa a través de la aplicación de estereotipos sexistas en los sets de rodaje pero, sobre todo, las barreras financieras que se les pone a la hora de conseguir financiación.

Otra cuestión que agrava sin duda este panorama es la de la representación: ¿Qué papeles suelen representar ellas? En la investigación *Independent Woman* realizada en la Universidad de San Diego y financiada por el Center for the Study of Women in Televisión and Film, se analizó el contenido y la actividad profesional de 250 películas realizadas en el año 2012 en Estados Unidos. Los resultados fueron que directoras, guionistas productoras ejecutivas y directoras solo son

un 18% del total y, lo que es peor, que desde la última vez que se había realizado una investigación semejante en el año 1998, solo había aumentado la presencia femenina en esas áreas en un uno por ciento. Este trabajo puso en evidencia, también, el sesgo que comentábamos a la hora de dirigir determinados géneros: las mujeres dirigen más documentales, películas de animación y dramas, pero menos acción, ciencia ficción o terror.

Por último, queremos aportar un dato que nos puede pasar desapercibido como espectadores: solo un 11% de los protagonistas de las películas son mujeres. Este hecho se convierte en una realidad dramática para las actrices. Según un estudio de la Universidad del Sur de California, solo el 28'7% de los papeles con diálogo son encarnados por mujeres.

En el año 2008, la investigadora Deborah Dean realizó un trabajo empírico para saber cuál era la media de la vida laboral de mujeres y hombres en Europa. Realizó una encuesta a través de The International Federation of Actors y concluyó que la edad es una desventaja para ellas, ya que tienen una vida laboral media de entre 11 y 15 años, mientras que los hombres pueden vivir profesionalmente de su trabajo entre 40 y 50 años. Además, las actrices ganan menos y son profesionales en un período más concentrado de tiempo: solo entre los 20 y los 29 años. Los hombres, en cambio, suelen tener acceso a papeles más variados, ya que el cine y el teatro los estereotipa menos. La diferencia en los salarios entre actores y actrices es bastante grande. La revista *Forbes* difundió en el mes de agosto de 2017 la lista de los actores mejor pagados en Hollywood, y la diferencia entre lo que ingresan ellos y ellas es escandalosa. Cuarenta y dos millones de dólares de ingresos separan al actor mejor pagado Mark Wahlberg (68 millones), de la actriz Emma Stone (26 millones), que es la única además entre los 15 intérpretes de cine mejor pagados en el mundo. Por último, también los hombres dominan actividades muy importantes para la distribución cinematográfica como son la dirección y la organización de festivales de cine.

En el mercado cinematográfico en España, las mujeres padecen una situación similar al resto de Europa y Estados Unidos. Los datos son demoledores. Por ejemplo, según el Catálogo de Cine Español, publicado por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, en el año 2016, estrenaron largometrajes en España 177 directores de los cuales 26 eran mujeres, es decir, de todas las personas que han conseguido estrenar película solo son un 14, 6 %. Cuatro años antes, en el 2012, las directoras representaban un 13, 3%. Las cifras son escandalosas: quieren decir que, si continuamos a este ritmo de crecimiento, tendrán que pasar nada menos que ¡118 años! para llegar al cincuenta por ciento.

Si tomamos la muestra de las películas que han recaudado más de diez millones de euros en taquilla entre los años 2011 y 2015, nos encontramos que ninguna directora ha llegado a ese límite. La que más se ha acercado es María Ripoll, con

Ahora o nunca que recaudó cerca de ocho millones y medio de euros en el año 2015. Se trata de una comedia romántica que se desarrolla a partir del entramado de los preparativos de una boda, al modo anglosajón. Por detrás de esta, las películas más taquilleras de la historia del cine español dirigido por mujeres han sido: *Te doy mis ojos* de Icíar Bollaín, 2003 (5.021.082 €); *También la lluvia*, de la misma autora, 2010 (3 907 395 €); *La vida secreta de las palabras,* de Isabel Coixet, 2005 (3.517.099 €); y *El crimen de Cuenca,* de Pilar Miró, 1981 (2 773 000 €).

Podemos hacer una valoración de las películas más taquilleras entre los años 2011 y 2015 que son las siguientes: *Ocho apellidos vascos,* dirigida por Emilio Martínez Lázaro (más de 55 millones de euros); *Lo imposible,* dirigida por Juan Antonio Bayona (más de 41 millones); *Ocho apellidos catalanes,* también dirigida por Emilio Martínez Lázaro (31 millones); *Torrente 4: Lethal Crisis*, dirigida por Santiago Segura (más de 19 millones); y *Las aventuras de Tadeo Jones,* película de animación creada por Antonio Gato (más de 18 millones de euros). La ausencia de mujeres es total. En la mayoría de estas obras, además, predominan los personajes masculinos. Solo en una, *Lo imposible,* el papel principal lo encarna una mujer, pero es una madre heroica sufriente, un estereotipo de mujer bastante conservador.

En algunas de estas películas, no hay un solo personaje principal, porque son obras muy corales. Cabría pensar que en estos casos, los personajes femeninos no serían muy estereotipados. Sin embargo, cuando analizamos un poco las tramas, observamos que la historia principal es la de los hombres. Los grandes éxitos de *Ocho apellidos vascos* y *Ocho apellidos catalanes* son ejemplares en este sentido. La trama se desarrolla en torno a un joven andaluz que desea conquistar a una mujer vasca. La película trabaja de forma humorística la espectacularización de las diferencias entre esas dos comunidades. Los protagonistas son grupos de personas, aliados para colaborar con el protagonista masculino: los amigos, la señora mayor que acoge al protagonista como si fuera un hijo… Todo se hace para que consiga sus fines. En la segunda parte, incluso el padre de la novia pasa de oponente a ayudante del novio.

Lo que ocurre en España no está muy lejos de lo que está pasando en otros lugares del mundo. Son pocos los países que, de verdad, emprenden políticas públicas para que la situación precaria que tienen las mujeres en las industrias culturales vaya cambiando. Esto es un problema también político. Y así lo ha demostrado la experiencia en Suecia, donde se consiguió la paridad en la dirección en tres años. En 2012 Anna Serner tomó la dirección del Instituto de Cine de Suecia. En ese año solo el 26% de las producciones estaban dirigidas por mujeres. En el año 2015 la media se elevó al 50%. ¿Cómo lo hicieron? Actuando en un triple sentido: a la hora de adjudicar las subvenciones se prestó atención a la calidad y se favoreció la concesión de ayudas a las directoras; en segundo

lugar se formaron grupos de directoras expertas para que trabajasen enseñando a manejarse a las jóvenes en los entresijos de la industria y, en tercer lugar se desarrolló un programa en institutos de enseñanza media y en universidades para que las adolescentes interesadas en la producción cinematográfica no acabaran desanimándose. Es verdaderamente un ejemplo que corrobora que resolver un problema complejo como este requiere actuar en varios sentidos: en el reparto económico, pero también en el simbólico, en el educativo y en el político.

En los últimos años, muchas actrices en Hollywood han comenzado a reivindicar un papel en la industria desde perspectivas feministas. El 20 de noviembre de 2014 la actriz Emma Watson pronunció un discurso en la ONU pidiendo el apoyo masculino en la causa de la igualdad que se materializó en el proyecto #HeforShe. Unos meses después Jennifer Lawrence, Charlize Theron o Patricia Arquette lanzaron también unas campañas públicas en contra de la práctica de Hollywood de pagar más a los actores que a las actrices de las películas. Meryl Streep, por su parte, escribió a todos los congresistas para animarlos a apoyar la Enmienda por la Igualdad de Derechos. Reese Witherspoon ha iniciado el movimiento #AskHerMore y es una de las figuras claves de #Time'sUp. Otras muchas actrices y directoras han realizado actos y declaraciones feministas como Lena Dunham, Cate Blanchett, Kristen Stewart, Jessica Lange, Mo'Nique o Sandra Bullock. Todas estas iniciativas adquieren gran visibilidad en nuestro mundo hiperconectado. Esperemos que el resultado no sea la volatilidad y que acaben disueltas en el espectáculo hollywoodiense siempre cambiante.

El llamado *soft power* resulta en realidad un *hard power* para las mujeres en la industria cultural. La representación de la heroicidad masculina como una constante es una de las caras de la dominación simbólica. La otra es el desarrollo de la industria en sí misma, que no da cabida a la creación femenina. Algunas veces escucho en tertulias y debates una idea que se repite: necesitamos más mujeres en los sitios, pero que sean feministas, si no, no vale de nada porque las mujeres reproducen los mismos patrones masculinos que les aseguran el éxito en un mundo de hombres. Yo estoy de acuerdo solo parcialmente con esta idea. Necesitamos mujeres feministas, pero, ante todo necesitamos mujeres. Y que conste que no es un canto a la *esencia* femenina, sino que tiene que ver con el reparto de poder en el mundo. Estoy convencida de que la cantidad de mujeres implicadas en la producción de imaginario, de valores simbólicos, cambiará los productos que se distribuyen y cambiará también a los y las espectadoras que los consumen. En este libro hablaremos de las directoras que están consiguiendo entrar a trabajar en la producción *mainstream* y que suponen solo un 4% en la producción de Hollywood. Sé que me dejo a muchas otras que, aunque no consiguen hacer llegar al gran público sus trabajos, tienen un enorme valor porque van cambiando poco a poco la forma de hacer cine. También tengo que dejar al margen toda

la gran producción cinematográfica que se está realizando en países como China, India o Nigeria.

6. FÚTBOL Y TELEVISIÓN: EL GRADO CERO DEL HEROÍSMO FEMENINO

The girls should enter into the spirit of the game with heart and soul.
LADY FLORENCE DIXIE, 1895

Este año pasó por Madrid una amiga mía con su hija de ocho años a la que yo no conocía y me fui con ellas a dar un paseo al parque de El Retiro. En una soleada tarde de otoño, la niña se quedó encantada con la posibilidad de alquilar una barca y remar en el lago. Tan pronto agarró los remos, no dejó que nadie los tocáramos más de diez segundos seguidos. Como somos de un puerto de mar, yo le dije a su madre: "Le encanta. ¿Por qué no la llevas al club de remo en el pueblo?". Su respuesta tuvo dos partes: la primera evasiva: "Ya va a violín y a inglés por las tardes"; y la segunda, contundente: "¿Qué quieres?, ¿Que se le ponga un cuerpo horrible de tío?". La verdad es que este argumento me sorprendió mucho, sobre todo, porque mi amiga está muy lejos de los estándares de lo que podíamos calificar como mujer especialmente *femenina*. Nunca hubiera pensado que le preocupase lo más mínimo la feminidad de su hija. Ahora, sin embargo, lo medito más tranquilamente y sus respuestas no son extrañas. A través de ellas podemos ver cómo mucha gente percibe una idea que la teoría feminista viene formalizando desde los años sesenta del siglo XX: el género se aprende y, por lo tanto, se construye. Ser femeninas las mujeres y masculinos los hombres no es un proceso natural, sino aprendido y controlado a través de la educación, en la familia, en la escuela, en los grupos de amigos, etcétera. Nacemos con un cuerpo, con unas características biológicas, pero cómo interpretemos esas características en nuestros cuerpos y en nuestras acciones, según seamos hombres o mujeres, es un proceso individual refrendado o criticado por el entorno social.

Cuando educamos, queremos que nuestros hijos e hijas sean "normales", que se integren en la vida con capacidades suficientes para ser autónomos. Y la "normalidad" tiene un coste: asumir de forma casi siempre inconsciente las normas que mantienen los sexos como si fuesen dos entidades opuestas. Ellos recios y racionales, ellas delicadas y emotivas. La opinión de mi amiga sobre la masculinización del cuerpo de las mujeres, sobre todo, si se trata de deportes de competición es, en realidad, una idea muy generalizada en nuestra sociedad. También existe la creencia de que existen deportes más adecuados para los hombres o para las mujeres: el fútbol o el rugby son masculinos, mientras que la natación, el patinaje, el tenis o el voleibol son deportes ideales para ellas. Aquí vemos un ejemplo de lo que Michael Foucault denominaba 'dispositivo', que son las ideas arraigadas que hacen que la gente piense en una acción como posible. En este caso, estamos ante un dispositivo que sirve para alejar a las mujeres de la práctica deportiva, animadas por un entorno educativo preocupado por mantener el "orden" entre los sexos.

Los medios colaboran también formando parte de ese dispositivo. Pocas veces las deportistas son el objetivo de las cámaras, lo que significa que se las sustrae de la representación pública. Casi nunca las vemos en las pantallas de televisión. En el caso del fútbol, esa exclusión es especialmente llamativa, porque no se trata de un deporte cualquiera. Se trata de la manifestación deportiva de carácter lúdico más importante en el mundo. En el período de la fragmentación de las audiencias y de la personalización de los productos culturales, el fútbol es el espectáculo más global. Lo siguen hombres y mujeres, adultos y niños, ricos y pobres, personas con cultura universitaria o sin ella. Los espectáculos futbolísticos son el lugar de encuentro discursivo más concurrido de nuestras sociedades. Son los eventos más importantes para la radio y la televisión que modifican sus parrillas para dejar paso al *deporte rey* siempre que sea necesario. El fútbol es una de las grandes fuentes de financiación de empresas televisivas. El informe Annual Review of Football Finance 2017, elaborado por la Deloitte en Reino Unido, aporta el dato de que el importe de los derechos de emisión de la Premier League en la temporada 2016/17, fue de, nada más y nada menos, que 5100 millones de euros.

Nunca me ha interesado el fútbol, ni he sentido que pudiese haber en ese espectáculo algo interesante para mí. Sin embargo, recuerdo algunos nombres de futbolistas *míticos* de los que se hablaba cuando yo era niña: Pelé, Johan Cruyff, Franz Beckenbauer… No sé mucho de ellos, más que siempre han estado ahí y han significado muchas cosas para mucha gente. Maradona, Ronaldinho, Ronaldo, Messi. ¿Hay alguna *heroína* del fútbol? Es evidente que no. Ni siquiera en estos tiempos en que las ligas femeninas se celebran regularmente. ¿Qué pasa con la representación del heroísmo femenino? Que no existe. Las mujeres hemos crecido adorando el heroísmo masculino y sin referencias femeninas ni en los

deportes, ni en el cine, ni en la literatura, ni en la ciencia, ni en el arte. De todas estas actividades, los deportes como espectáculo podrían parecer los más intrascendentes. Sin embargo, la visibilidad pública que tienen y la escenificación del vínculo social que construyen son importantísimas. Y nosotras, simplemente no estamos ahí.

Mi propio desinterés por el fútbol me permite ver el fenómeno desde un lugar distante. Me asomo a ver un partido en televisión –nunca hasta ahora había visto uno completo– ¿y qué veo? Que no hay absolutamente ninguna mujer implicada en lo que allí está ocurriendo. ¿Cómo es posible? ¿No nos debería resultar escandaloso que, en una sociedad que se tiene por igualitaria, se borre al cincuenta por ciento de la población de esa gran representación pública sin que nos extrañemos? Las reivindicaciones de igualdad han llegado y siguen llegando a los espacios tradicionalmente masculinizados como los ejércitos, la policía, los trabajos técnicos de alta especialización, etcétera. Son todavía pocas las mujeres las que están ahí, pero ya están. Cuando nos ponemos frente al televisor y vemos un partido de los que ven millones de espectadores en todo el mundo, no hay ninguna.

La combinación fútbol-televisión ha resultado ser un gran negocio del que están prácticamente excluidas las competiciones femeninas, a excepción del tenis y las Olimpiadas. En la crónica de las últimas Olimpiadas celebradas en Río, en 2016, la prensa deportiva española pareció sorprenderse a sí misma, al anunciar que las mujeres habían ganado más medallas que los hombres –nueve femeninas y ocho masculinas–. Algunos articulistas analizaron después la forma en que la prensa había tratado de forma machista los logros de las mujeres[2], ya que, sobre todo, se insistió en el atractivo físico de las jugadoras. En muchos casos, la cobertura mediática fue inadecuada y selectiva. Las mujeres aparecían poco en las crónicas y, cuando estaban, era de una forma completamente estereotipada. Esta forma de hacer periodismo solo consigue quitar valor a los logros femeninos. En el año 2014, Clara Sainz de Baranda presentó un informe[3] sobre la presencia de las mujeres en las noticias deportivas en la II International Conference Gender and Communication en el que afirmaba que se limita al 5,11% en la prensa deportiva y que, además, se está produciendo un descenso en los últimos años.

Sin embargo, algo está empezando a sonar extraño en el "deporte rey". En 2014, en torno a la celebración del 8 de marzo, la FIFA hizo una declaración de intenciones respecto al fútbol femenino, congratulándose del gran apoyo prestado a la mejora de la vida de las mujeres, porque "el fútbol proporciona a millones de mujeres autoconfianza, bienestar, un entorno social seguro y les permite

2 Vid. por ejemplo elpublico.es 04-08-2016.
3 agenciasinc.es/Noticias/Las-mujeres-solo-aparecen-en-un-5-de-la-prensa-deportiva

liberarse de las convenciones sociales”.[4] Esto suena hoy a brindis al sol. Por ejemplo, en septiembre de 2017, la selección de fútbol femenino de Dinamarca presentó una reclamación a su federación pidiendo la igualdad salarial. La capitana del equipo, Pernille Harder, dijo literalmente que su objetivo era “no tener que compaginar el fútbol con otro trabajo”. La disputa no era solo por el dinero, sino por la posibilidad de vivir del fútbol de forma profesional. Los jugadores de la selección masculina enseguida se solidarizaron con las mujeres y anunciaron que renunciarían a parte de su sueldo. Y sin ellos pretenderlo, una vez más, las jugadoras pasaron a segundo plano en el interés de los periodistas, que destacaron, sobre todo, el gesto heroico de los jugadores[5]. Las diferencias salariales en este deporte se acrecientan mucho más en estas actividades que generan tanto dinero. En España, el diario *Público*, desveló, por ejemplo, que las jugadoras del Atlético de Madrid recibieron 54 euros cada una como prima por haber ganado la liga frente a los 300000 que recibió cada jugador del Real Madrid por haber conseguido lo mismo.[6] Estos ejemplos dibujan las dos áreas de sombra a las que nos enfrentamos: las cuestiones de orden simbólico y representativo y las económicas.

6.1 VIEJAS HISTORIAS

El fútbol femenino tiene una historia, que nos aclara bastante lo que ocurre con los grandes espectáculos que mueven mucho dinero y que, precisamente por eso, excluyen a las mujeres. Hay razones ideológicas, pero también económicas y de control social para no permitir que las mujeres entren en un espacio masculinizado. El invento del deporte como actividad pública de masas ha tenido, desde el siglo XIX, un gran valor simbólico. Por eso, en la Primera Ola del feminismo, algunas sufragistas hicieron campaña para apoyar que las mujeres usasen la bicicleta o participasen en competiciones deportivas. El primer partido femenino se registró en Glasgow (Escocia), en 1892. En 1895, la escritora feminista Lady Florence Dixie (1855-1905) fundó el primer club deportivo, el British Ladies Football Club, el mismo año en que se celebró la primera competición femenina en el norte de Londres. El fútbol nació como actividad de ocio para los trabajadores de las fábricas en el siglo XIX. Cuando estalló la I Guerra Mundial y las mujeres ocuparon el sitio que dejaron en las fábricas los soldados que se iban al frente, también se dedicaron a jugar al fútbol en los momentos de descanso. Sin embargo, al

[4] es.fifa.com/womens-football/news/y=2014/m=3/news=mujeres-futbol-viento-popa-toda-vela-2294188.html

[5] Vid. por ejemplo el titular: “Los internacionales daneses ofrecen parte de su sueldo para la selección femenina” rtve.es/deportes/20170919/federacion-danesa-sueldos/1619442.shtml

[6] publico.es/deportes/futbol-prima-jugadoras-atletico-ganar.html

terminar la guerra, las competiciones femeninas no fueron reconocidas, porque ellos volvieron a ocupar sus puestos en la vida pública. Las leyes que les impedían jugar no fueron derogadas en Inglaterra hasta 1969.

En 1914, se fundó en España el primer club femenino: el Spanish Girl's Club de Barcelona, aunque tuvo una vida breve. La UEFA[7] comenzó a controlar el desarrollo de las competiciones femeninas a partir de 1972, es decir, los años en que el avance de las mujeres, vinculado a la Segunda Ola de feminismo, comenzaba a ser imparable, y el primer campeonato oficial controlado por la federación en Europa no se organizó hasta 1984. La primera Copa Mundial Femenina respaldada por la FIFA se celebró en 1991. En España, la Primera División Femenina, conocida como la Liga Iberdrola, comenzó a disputarse en la temporada 1988-89. Desde 2011, se llama Primera División Femenina y la componen dieciséis equipos. Ni que decir tiene que el fútbol femenino recibe muy poca atención de los medios de comunicación.

Lo que acabamos de contar es la historia de la aceptación del fútbol femenino cuando ya no queda otro remedio. Se les permite formar equipos, pero se las margina obligándolas a competir exclusivamente entre ellas. Pero si los deportes en la actualidad son de verdad la espectacularización de la competición, ¿no se deberían permitir los equipos mixtos y dejar que la competición en sí resuelva quién debe jugar y quién no?

6.2 La competición ¿mixta?

A finales del mes de mayo de 2017, saltó a la prensa española el siguiente titular: "El equipo de niños que tuvo que jugar sin Marta"[8] en el periódico *El País,* con el subtítulo explicativo: "La Junta de Castilla y León impide a una niña jugar la final de un torneo regional de fútbol sala infantil porque no admite los equipos mixtos". La noticia fue recogida incluso por el diario británico *The Times*, como si la imposibilidad de constituir equipos mixtos fuese algo que ocurriese solo en el territorio de la atrasada España. La realidad es bastante más contundente: no existen prácticamente deportes que consientan que hombres y mujeres formen equipo en competiciones oficiales, salvo la excepción de los mixtos de tenis y las competiciones del poco difundido *curling*. ¿De dónde viene esta prohibición? ¿Hay alguna ley o normativa que impida *de facto* que se constituyan equipos y que se jueguen ligas mixtas?

---

[7] La Unión de Asociaciones Europeas de Fútbol fue fundada en 1954.

[8] politica.elpais.com/politica/2017/05/31/diario_de_espana/1496209990_847247.html

Mi sorpresa ha sido mayúscula al descubrir que, en realidad, no existe ninguna regulación escrita –que sería, quizá, anticonstitucional– que lo impida. Las normas generales del fútbol están dictadas por la FIFA[9], que solo hablaba, en un principio, y según ellos, de "jugadores", por lo que, cuando hay alguna duda (y sin obedecer a la semántica) sobre si las mujeres pueden o no jugar con un equipo, se aplica el principio de exclusión. Este dato es muy significativo, como en el caso de Marta, y muestra muy bien cómo se actúa en las prácticas sociales de exclusión: alguien denuncia, se consulta una normativa que no existe y se aplica de forma restrictiva de tal manera que no se alteran las creencias sociales generales. Estamos ante un caso de 'proceso sin sujeto', es decir, un proceso que se pone en marcha sin que ningún agente social se haga cargo de él. Como la FIFA, en su normativa general, solo hablaba de *jugadores*, las mujeres quedan excluidas. Y como resulta demasiado escandaloso que las mujeres estén fuera de las competiciones de fútbol, se las acepta, eso sí, teniendo cuidado en montar un sistema complemente segregado, creando un reglamento específico para ellas.

Cuando hemos preguntado en distintas instancias y a diferentes personas por qué no deben jugar hombres y mujeres juntos, la respuesta suele ser la misma: "Porque ellas estarían en situación de desventaja física frente a ellos". A la mayoría de la gente le suena en la cabeza la maravillosa y tranquilizadora campana de la evidencia (hay que ver cómo cuida el patriarcado a las mujeres para impedir la posibilidad de que se dé la confrontación física). Si reflexionamos sobre nuestro entorno inmediato percibimos que esta cuestión no es evidente en absoluto. Por ejemplo, un padre me contó con mucho enfado que a su hija de doce años le prohibieron jugar en la liga de fútbol escolar. Alegaron la falta de vestuario para cambiarse, pero la realidad era que la niña era bastante más corpulenta que los compañeros y eso parecía que desequilibraba la fuerza entre los equipos. Nadie se atrevió a verbalizar ese motivo de exclusión. Lo que se hizo fue apelar a una norma no escrita que acabó imponiéndose.

Si pensamos un poco, por experiencia, sabemos que la máxima "los hombres son más fuertes que las mujeres" no se cumple siempre, por lo tanto, no puede ser, por lógica, universal. Todos conocemos en nuestro entorno hombres más fuertes que mujeres, pero también mujeres más fuertes que otros hombres. Lamento ser tan literal pero, cuando hablamos de estereotipos y falsos juicios, hay que serlo, para poder asumir las evidencias que nos dan nuestros ojos y desatender a esos principios generales que nos impiden percibir el mundo como es. La afirmación "los hombres son más fuertes que las mujeres" no está basada en la lógica perceptiva, sino en una especie de media antropológica que creamos en nuestras mentes a partir de una serie de abstracciones que nos proporciona nuestro entramado

[9] Fédération Internationale de Football Association. Todas las federaciones de Fútbol en el mundo se rigen por esta organización fundada en 1904.

cultural y que los medios de comunicación refuerzan. Ese argumento nos hace pensar que es lógico ordenar el mundo en dos categorías: fuertes y débiles, y relacionarlas de forma unívoca con los hombres y las mujeres. Otra cosa es entender cómo es posible que, por ejemplo, la mayoría de las mujeres asumamos que somos más débiles que los hombres y viceversa. Es decir, entender cómo se produce la reificación de las ideas, cómo se tejen para luego convertirse en realidades duras y palpables.

La exaltación de la supremacía física masculina no es exclusiva del mundo futbolístico. Muchos productos de ficción también se hacen para satisfacer una especie de ego masculino fantástico y bastante alucinante. A través de la televisión y del cine, digerimos diariamente hazañas viriles que se saltan las leyes de la física newtoniana. En ellas, pueden incluso llegar a ser groseros, feos o brutos y enamorar a inteligentes y bellas mujeres sin tener que esforzarse. Es el maná mediático de la masculinidad. En la ficción las mujeres amamos a los sapos, pero ellos nunca se enamoran de las ranas. Y, sobre todo, en muchísimas historias, las mujeres son las víctimas de la poderosa violencia machista. Porque, con violencia o sin ella, la heroicidad es un terreno que solo les pertenece a ellos y al que difícilmente se deja entrar a las mujeres. El ego de la masculinidad se forma y consolida en los terrenos de la competición, sea esta la que sea. La mayoría de las historias las escriben los hombres y en ellas cuentan sus experiencias, pero también sus deseos, sus miedos y sus incertidumbres.

La competición ideal ha de darse entre fuerzas equilibradas, si no es aplastamiento y abuso. Por eso, en el imaginario, hombres y mujeres no pueden competir. Ellos son los fuertes y no tiene sentido ni emoción aplastar sin más al débil. La batalla verdaderamente interesante es la que se libra entre iguales. La buena confrontación, la competición máxima, ha de ser así solo y exclusivamente entre varones. Una buena batalla requiere un equilibrio de fuerzas, el reconocimiento de un igual y va más allá de la persecución y eliminación de una víctima. Si una mujer consigue imponerse en cualquier batalla simbólica y representativa es siempre a través de la astucia y las malas artes, nunca por la fuerza o la sabiduría. La máxima suena a algo así como: "Hombres y mujeres no deben competir porque sus habilidades no son ni siquiera comparables". Ahora bien, ¿cómo se consigue que esta máxima acabe resultando una verdad social? Si vemos lo que ocurre en los equipos deportivos, la respuesta es evidente: una de las estrategias fundamentales es no permitir que se llegue a producir la competición entre mujeres y hombres. Esta es una creencia tan arraigada que, cuando una niña quiere seguir jugando y, por lo tanto, midiéndose con los hombres conforme va creciendo, hay muchísima gente dispuesta a negarle esa capacidad: los propios padres, los directores de los equipos, los árbitros, los entrenadores, etcétera. Siempre

habrá alguien a su alrededor que le diga que para eso están los equipos de chicas. Ahí es donde debe competir.

Una prueba de cómo funcionan los prejuicios que limitan que las mujeres compitan con los hombres, la podemos ver en cómo se está desarrollando una nueva modalidad de competiciones surgidas hace poco: los deportes electrónicos, en los que no cabe la disculpa de que las mujeres somos físicamente más débiles. En ellas, también se discrimina a las mujeres, tanto o más que en los deportes tradicionales. La pregunta es la misma, ¿por qué sigue habiendo también aquí tan pocas mujeres? No existe ninguna limitación legal, pero la realidad es que ellas tampoco se encuentran cómodas en estos espacios, que perciben como hostiles. Es significativo lo que pasa, por ejemplo, en la competición de la primera división con equipos profesionales de League of Legends, que es una de las que más llama la atención en el mundo entero. Las principales ligas que se juegan en España —LVP, ESL y Game— no limitan la participación femenina, pero la realidad es que ninguna mujer figura en sus primeras divisiones[10]. Recientemente, se realizó una encuesta por ESPN a jugadores profesionales que tienen entre 18 y 25 años sobre la presencia de las mujeres en sus equipos y la respuesta fue descorazonadora: a ellos no les gustan las mujeres porque, simplemente, les ponen *nerviosos*[11]. Suena más bien a temer jugarse un territorio que consideran propio.

En definitiva, el mundo deportivo-espectacular, en general, y el fútbol, en particular, se ha encontrado con el desafío de asumir la incorporación de las mujeres a la vida social. Pero se resiste de una forma específica: no permitiendo la confrontación, no dejando competir a las mujeres con los hombres, y montando un sistema de segregación entre los sexos, que, de una forma muy eficaz, consigue que el principio simbólico de que "los hombres son más fuertes que las mujeres" quede intacto y carente de constatación empírica. El fútbol parece hoy casi una fantasía mediática: la escenificación de un mundo ideal donde los hombres viven y se representan solo a sí mismos. Es un universo de hombres solos que no se tienen que confrontar con el paradigma de lo femenino para significarse.

6.3 Un ritual de la masculinidad

Cuando asistimos a un partido de fútbol, lo primero que sorprende es la concepción del espectáculo como un ritual, que tiene en sí mismo un gran valor simbólico. Algunos antropólogos han definido el fútbol como una suplantación de la

[10] Violeta Molina Gallardo (*La Razón*, 24-11-2016) larazon.es/tecnologia/la-machista-competicion-profesional-de-videojuegos-KF14003832
[11] eldiario.es/ping/mujeres-esports-invisibilizacion-jugadoras-profesionales_6_653444657.html

guerra. Eduardo Cirlot, en su *Diccionario de símbolos,* habla del rito como "una confluencia de fuerzas y ordenaciones", es decir, un momento en el que el devenir se ordena en una serie de pautas marcadas en el tiempo. Los ritos hacen legible la vida humana señalando los momentos importantes: el nacimiento, el devenir adulto, la muerte, etcétera, haciéndonos sentir que la vida tiene un orden y que por lo tanto podemos controlarla. Para teóricos como Victor Turner, los rituales sirven para canalizar emociones poderosas. Son acciones de estabilización y cohesión social. Los ritos no responden a los procesos individuales, sino que hacen posible el nacimiento de la colectividad, la idea de que existe un destino común para todos, un destino que nos une y trasciende. ¿Hay algo de ello en un espectáculo futbolístico, en un deporte tan banal y aparentemente intrascendente?

Podemos ir, incluso, un poco más allá y tomar la idea de Claude Lévi-Strauss, que decía que el ritual no es solo una explicación del mundo, ya que indica, sobre todo, cómo los seres humanos pensamos sobre él. Si observamos el ritual 'los partidos de fútbol': ¿podríamos ver cómo piensa nuestra sociedad sobre el mundo? La respuesta a esta pregunta es simplemente demoledora para el capital simbólico de las mujeres: nuestra sociedad plantea como ideal a grupos de hombres solos, guerreros y fuertes que compiten, al mismo tiempo que disfrutan relajados y felices de poder mostrarse en plenitud física. En el fútbol, pueden hacer lo que no está permitido en la vida social. Pueden ser sensibles, empáticos, pueden llorar, patalear, abrazarse, pegarse, darse palmaditas en el trasero… en una fiesta de emotividad pública sin que nadie les diga que son *unas nenazas*.

Guy Debord decía también que los espectáculos no son solo una colección de imágenes, sino "una relación social entre la gente que es mediada por las propias imágenes". Lo importante no es solo el partido en sí, sino todo lo que se muestra y se escenifica a través de él. Un partido no es solo un partido: son los días previos en los que se nos informa de cómo están los jugadores, qué comen o cuántas horas duermen, cómo llegan al lugar donde se juega. Es el partido en sí mismo, en el que los hinchas pasan a ser una parte activa y colorista del espectáculo. Y son todas las informaciones posteriores, que desencadenan una auténtica exégesis de las hazañas realizadas por los jugadores. No hay ninguna imagen de mujeres en esta mediación social. Es un espectáculo en el que la feminidad no está consentida, ni imaginada.

Los jugadores son héroes colectivos, guerreros capaces de cumplir las normas como esclavos, pero también de saltárselas. Obedecen a los árbitros, pero pueden hacer daño al contrario si estos no los ven. Pueden ser héroes sacrificados, pero también villanos, si el juego lo requiere. Si la masculinidad está definida de forma estereotipada por el uso de la razón y el control de las emociones, en los campos de fútbol esa norma se pone en suspenso. Los jugadores son hombres que pueden llorar y mostrar sus emociones. Pueden perder los estribos y agredir *poco*

caballerosamente al otro, mostrar rabia y enfado, hundimiento y euforia desmedida. Pueden abrazarse y besarse entre ellos, tocarse… sin que su masculinidad sufra, como sucede en los entornos cotidianos, en los que los varones tienen limitada la capacidad de tocarse afectuosamente.

Los campos de fútbol y sus competiciones son, entre otras cosas, también terrenos físicos y simbólicos donde vemos desplegados los valores de la masculinidad tradicional resistente a los cambios sociales que se han ido produciendo en el siglo XX en cuanto a la incorporación de las mujeres a la vida pública. En un partido de fútbol, todo el espectáculo está montado para mostrar una masculinidad hegemónica que los medios de masas engrandecen y devuelven a la opinión pública como si fueran esencias de nuestras identidades personales y políticas. En un partido de fútbol, se anima a los jugadores a ser físicamente agresivos y, al mismo tiempo, a contener las emociones. Se trata de representar un espectáculo ambiguo en el que se da a entender que la deportividad (concepto, por cierto, muy cercano al de la caballerosidad –atributo que, bueno es recordar, no existe para las mujeres–) es el objetivo final porque se trata de un juego, mientras que, de manera más o menos explícita, se les consiente a los jugadores que dejen de ser contenidos y usen la violencia con tal de ganar un partido. El juego sucio siempre es el del contrario. Las mujeres, mientras tanto, están en los campos de fútbol en lugares periféricos, siempre como espectadoras. Y solo obtienen el interés de las cámaras cuando sirven como objetos de deseo de los espectadores que siguen los partidos.

6.4 Deportividad y violencia

La violencia física y verbal en el fútbol es un elemento presente en el desarrollo del partido y fuera de él. Actúa como un contrapunto divertido a lo que debería ser la norma de toda competición: la deportividad. Deportividad y violencia se oponen pero, en las prácticas del fútbol, la deportividad y la no violencia aburren, mientras que la combinación de no deportividad y violencia produce la diversión de un público altamente emocional. En la educación masculina ocurre algo similar. Es muy fácil que un varón reciba mensajes de doble vínculo por su entorno: “si te pegan, defiéndete”, estrategia mucho menos fomentada en la educación de las niñas.

En un partido de fútbol, llama la atención el comportamiento fervoroso y exaltado del público. El hincha, cuyo cuerpo forma parte del espectáculo, grita, llora, ríe, insulta, patalea, alienta, abuchea. Su adhesión no está basada en la razón, en el buen hacer de su equipo, porque da igual que lo haga bien o mal. Se

utilizan todos los elementos posibles para hacer ruido, se adorna el cuerpo, se usan emblemas y objetos significativos. En la hinchada, el predominio masculino es evidente, aunque es el único lugar en el que las mujeres están presentes. El público mismo sufre una especie de *feminización* al representar de forma ritual las emociones frente a lo que está viviendo. La situación de las mujeres en el espectáculo se reduce al papel de meras espectadoras. Así se evidencia su grado de exclusión del sistema simbólico, porque, tal como afirmaba Pierre Bourdieu, en las sociedades actuales, las exclusiones no son solo económicas, sino que la exclusión simbólica es una de las formas de violencia más importantes y que más contribuyen a la "domesticación de los domesticados" de la que hablaba Max Weber. La exclusión simbólica es una de las herramientas de la dominación política.

Una competición deportiva actúa como un regulador de los cuerpos en el espacio. Las mujeres tienen restringido el acceso al deporte, aludiendo a que sus cuerpos no están preparados para las actividades atléticas. Este principio se aplica y extiende a las políticas sociales en relación con el acceso a los recursos y al prestigio que aportan. Son los deportes masculinos los que obtienen los recursos, los que captan la atención de los medios y son aclamados públicamente, mientras que las mujeres reciben el reconocimiento solo en la medida en que participan de deportes propios para ellas, como la gimnasia o el patinaje. El fútbol es un deporte masculino por excelencia. Promueve la masculinidad tradicional a través de los rituales que estrechan las relaciones afectivas entre hombres y la violencia controlada. El papel de las mujeres es el de espectadoras a las que la cámara enfoca si están vestidas, sobre todo, de forma provocativa, mientras que las deportistas están siempre relegadas de la cultura deportiva masculina.

Resulta también muy curioso comprobar cómo muchos de los grandes sociólogos posmodernos han tratado el espectáculo del fútbol como representaciones de las luchas sociales y, en cambio, han ignorado el significado del hecho de que no haya mujeres actuando en el "deporte rey". Los mejores sociólogos hablan de desigualdades sociales, pero no analizan el reparto de poder entre hombres y mujeres en el mundo.

Que el fútbol es un reducto de un tipo de masculinidad tradicional se manifiesta en dos fenómenos concretos: en cómo se trata la homosexualidad de los jugadores y los temas de violencia sexista en el entorno deportivo. En el primer caso, lo más significativo es que en el momento de cambio social que estamos viviendo, todavía a los jugadores de fútbol les dé miedo declararse gais. En realidad, no lo ha hecho ningún jugador español. Durante el verano de 2017, Antoine Griezmann jugador francés dijo que había homosexuales en el fútbol, pero que no se declaraban como tales por miedo al comportamiento de los hinchas. Hizo esta declaración teniendo cuidado de dejar muy claro que él no es homosexual y que tiene una esposa a la que llama "la jefa", que le hace muy feliz porque se

ocupa de toda la intendencia del hogar y él puede pensar solo en el fútbol. El jugador alemán Thomas Hitzlsperger se atrevió a admitir públicamente su homosexualidad en el año 2014, pero después de retirarse del fútbol profesional. El tabú no solo afecta a los jugadores, sino a todo el entorno futbolístico. En mayo de 2015 Jesús Tomillero, el único arbitro que había declarado abiertamente su homosexualidad, tuvo que abandonar el fútbol harto de sufrir terribles insultos por parte del público.

Otro elemento que nos indica hasta qué punto el fútbol es el reducto de la masculinidad tradicional más recalcitrante es el caso en que una mujer denuncia a un jugador por acoso o malos tratos. En España hemos vivido un ejemplo de lo que puede ocurrir cuando la cultura masculina, misógina y futbolística se pone en marcha. En marzo del 2015, Rubén Castro, un jugador del Betis, fue denunciado por su ex pareja por malos tratos, aunque resultó absuelto tiempo después. Lo más terrible de este suceso ha sido el comportamiento de la hinchada que coreó en la cancha, incluso antes de conocerse el resultado del juicio: "No fue tu culpa, era una puta, lo hiciste bien" justificando así la violencia contra las mujeres, sobre todo, si no se ajustan a las normas patriarcales.

En definitiva, deberíamos reflexionar y actuar más sobre el hecho de la invisibilidad de las mujeres en los deportes y en el fútbol en particular, porque, tal como analiza Nancy Fraser, la justicia social se consigue por la vía económica, pero también por la vía representativa. No puede ser que el gran espectáculo de masas sea exclusivamente masculino y exalte los valores más recalcitrantes de la masculinidad tradicional, con los que ni siquiera a muchos hombres les gustaría identificarse. Controlar que se dé la justicia simbólica es la garantía de que no se produzcan los otros tipos de violencia contra las mujeres.

7. *PROFESOR MARSTON Y WONDER WOMAN:* LAS EMOCIONES DEL PODER

> En tanto en cuanto nuestro arquetipo femenino carezca de fuerza, fortaleza y poder, ni siquiera las niñas quieren ser niñas.
>
> William Moulton Marston

El año 2017 ha sido el de la visibilidad mediática del feminismo, y el 2018 se ha iniciado con enormes movilizaciones en torno a la celebración del 8 de marzo. Desde la Marcha de Mujeres contra Donald Trump (21 de enero), pasando por las enormes manifestaciones del 8 de marzo (Día Internacional de la Mujer) y el 25 de noviembre (Día Internacional de la Eliminación de la violencia contra la Mujer), en distintos países del mundo, ha aumentado la percepción de que las mujeres lo tenemos *todo ganado*. Al finalizar el año, algunas periodistas me llamaron porque estaban haciendo reportajes precisamente sobre el tema y querían saber mi opinión de por qué estaba pasando todo esto. Es difícil dar una respuesta que requiere una reducción simplista de la realidad. La prensa quiere titulares llamativos: "El nuevo despertar del feminismo"; "El año en que todas nos hicimos feministas"; "El año que puso los focos en las mujeres", titulares que yo no estoy en condiciones de dar. Lo más visible de lo que está pasando son las actrices de Hollywood levantando la alfombra roja para destapar los acosos sexuales a los que han sido sometidas. Lo menos visible son los años de luchas feministas en las que ahora confluyen tres generaciones críticas: las feministas de la Segunda Ola y la generación que éramos todavía jóvenes en los noventa, con las niñas que se han hecho adultas en los diez años de crisis económica y social.

La educación en feminismo, aunque escasa, ha tenido un papel importante en todo esto. Casi todas las universidades cuentan hoy con Estudios Feministas o de

Género en programas de Máster y Doctorado. La consecuencia más importante en la práctica es que el feminismo está demostrando una enorme capacidad de movilización social, que ya no tienen en estos momentos ningún partido, ni sindicato. Sin embargo, esta movilización social contrasta con el parón institucional que afecta a las políticas de igualdad, que corren el riesgo de ser subsumidas en los "servicios sociales", como si el tema de la desigualdad entre hombres y mujeres no fuera un problema estructural. Este éxito es tentador para el mundo de la política, pero también para la producción audiovisual. La poderosa industria cultural se ha ido dando cuenta de que hacer productos que les guste ver a las mujeres, es un negocio muy rentable. Lo que no entiendo es cómo han tardado tanto tiempo en darse cuenta.

El caso Weinstein, que se inició cuando *The New York Times* destapó el historial de abusos sexuales del productor contra actrices como Rose McGowan, Angelina Jolie y Gwyneth Paltrow, está siendo el punto más visible de la militancia feminista en el mundo del cine. Otros famosos han sido acusados también de prácticas poco éticas como Dustin Hoffman o Kevin Spacey. De nuevo, los medios convierten en espectáculo un problema que ya se sabía, aunque no fuera aireado o debatido públicamente. En este sentido, es significativo pensar en cómo ha pasado desapercibido el caso de Dylan Farrow que, en 2014, denunció públicamente los abusos sexuales de su padre Woody Allen cuando tenía siete años. Entonces, el tema no causó grandes debates, porque nadie parecía creer lo que decía. Hoy, en cambio, su testimonio ha sido tomado en serio gracias al ambiente de solidaridad espectacular que han generado las actrices de Hollywood cuando recibieron sus premios y galardones vestidas de negro en la ceremonia de los Globos de Oro, y la periodista Oprah Winfrey hizo un apasionado discurso llamando a la solidaridad y al combate público frente al acoso. El clima social parece haber cambiado a favor de las mujeres. ¿Pero esto es solo en los medios? ¿Es suficiente para transformar las relaciones de poder entre hombres y mujeres?

Pasados unos días de la celebración de la ceremonia, artistas y mujeres del espectáculo en Francia publicaron un manifiesto contra el movimiento #MeToo, que se había puesto en marcha en Estados Unidos para animar a las denuncias contra los acosadores. El discurso patriarcal siempre ha tenido grandes sostenedores (y sostenedoras). De lo contrario, no se habría impuesto a través de siglos y culturas. Estas personas afirman que es un problema de puritanismo denunciar las prácticas de poder en los entornos laborales. Las víctimas, para ellas, son ahora los hombres "sancionados en el ejercicio de su profesión". Según ellas, los directores o productores solo se equivocaron al "tocar una rodilla, tratar de robar un beso, hablar sobre cosas 'íntimas' en una cena de negocios o enviar mensajes sexualmente explícitos". Pobrecitos. Hay una idea positiva en todo esto: las

mujeres no son las víctimas, por lo tanto, no tienen derecho a quejarse cuando se las reclama sexualmente. Pueden decir que no y defenderse.

Estas mujeres que han salido en defensa de los acosadores parecen no entender lo importantes que son los *marcos comunicativos* que regulan la interacción. Los entornos laborales son entornos de poder. El marco que los define no es la amistad, la diversión nocturna, o las relaciones familiares (en las que existe también el poder, pero de otra forma). El poder en el trabajo tiene muertos de verdad: te pueden no contratar o despedirte y, si te despiden, tal vez no puedas pagar las letras de tu casa, ni el colegio de tus hijos. En las sociedades democráticas que vivimos, el trabajo es un bien escaso y mal repartido. La disimetría entre los que pueden otorgar el *don* de trabajar y los que lo buscan o lo intentan mantener es abismal.

Lo malo del poder es que lo naturalizamos y no lo cuestionamos. Cuando tenemos hijos, nos creemos con derecho a reconducirlos hacia nuestras formas de pensamiento y de vida. Si somos profesores, queremos enseñar a nuestros estudiantes no solo unos conocimientos objetivos, sino unas formas de interpretar la realidad. El poder es anestésico y no siempre nos hace conscientes del sufrimiento que produce cuando nos lo imponen. El sometimiento le duele a todo el mundo pero, a veces, puede ser tan fuerte, que debemos olvidarnos de que existe para poder seguir viviendo. Es el límite del trauma. Un niño se rebela mientras le quede conciencia para seguir luchando por conseguir lo que quiere pero, en el momento en que el mal causado es demasiado grande, el trauma borrará el dolor y nacerá la inconsciencia de sí mismo. Hablar de trauma y de dolor en procesos educativos o de relaciones sociales *normales* podría parecer exagerado, pero no lo es tanto. El ejercicio de poder aparece como algo natural que solo hay que asumir sin sufrimiento. Pero no es esto lo que dicen las actrices francesas que firman el manifiesto. Lo que dicen es que los que están en situación de poder, tienen derecho a la depredación, pueden imponer sus bromas, su sentido del humor, sus límites del consentimiento sexual. En definitiva, pueden imponer sus marcos de comunicación y sus formas de ver el mundo y las y los que los padecen deben actuar como seres traumatizados que olvidan el dolor y viven la injusticia como un sucedáneo de la felicidad. Allá ellas, pero no me parece el modelo de sociedad igualitaria y, por lo tanto, feliz hacia la que debemos tender.

En 2017 se estrenaron también dos cintas que me han interesado especialmente y que la prensa relacionó enseguida con el éxito del feminismo: *Wonder Woman*, la primera película de una súper-heroína de cómic dirigida por una mujer (Patty Jenkins); y un biopic sobre el inventor del personaje, titulada *Profesor Marston y Wonder Woman,* también escrita y dirigida por otra mujer (Angela Robinson). Aunque la primera haya sido un enorme éxito comercial y la segunda exhibida en circuitos mucho más reducidos, las dos tratan de una heroína de cómic que ha

atravesado todo el imaginario del siglo XX y que fue creada por sus autores pensando que ayudaría a las mujeres a ser libres y autónomas. La segunda película trata de la invención de la Mujer Maravilla por unos psicólogos que trabajaron, precisamente, en estudiar las emociones vinculadas al poder de dominación de un ser humano sobre otro del que hemos estado hablando hace un momento.

7.1 Para entender el sexismo

El 6 de junio de 2017 se anunció en los cines Alamo Drafthouse de Austin, en Estados Unidos, que se iba a realizar un pase especial de la película *Wonder Woman*, a la que solo podrían asistir mujeres (más tarde, dijeron que aceptarían a todas aquellas que se identificasen como tales). La recaudación obtenida sería para una ONG dedicada a dar asistencia en los partos de madres sin recursos y ofertar cursos de planificación familiar. A esta iniciativa se sumaron varios cines en distintas ciudades de Estados Unidos con un gran éxito de público. Las redes sociales ardieron en protestas, diciendo que ese era un caso de sexismo, porque se vetó la entrada a los hombres. Una vez más, algunos anti-feministas encontraron un interesante *casus belli* para poder expresar todas las diatribas en contra de las reivindicaciones de igualdad de las mujeres. ¿Qué es lo que no se entiende de esta iniciativa?

De entrada, no se entiende qué es el sexismo: la discriminación de las mujeres por razón de sexo en un sistema patriarcal. O lo que es lo mismo: hablar de sexismo en nuestra sociedad implica reconocer que existe un sistema de poder estructural que ejercen los hombres sobre las mujeres. Quienes no quieren entender el sexismo como una realidad se agarran a la idea de que también existen casos particulares de mujeres poderosas en sus casas o en sus entornos laborales y argumentan además, que las mujeres con poder son tanto o más terribles que los hombres. Y sí, claro que casos particulares que contradicen la norma general puede haberlos, pero eso no invalida lo que ocurre de forma generalizada. Que haya alguna mujer violenta, por ejemplo, no desmiente el hecho real y estadístico de que las muertes, las agresiones y abusos sexuales históricamente los han ejercido los hombres sobre las mujeres. Que haya algunas mujeres ricas no contradice el hecho de que el dinero en el mundo esté mayoritariamente en las manos de los hombres. Quienes se quejan de no poder ir a un pase especial de *Wonder Woman* lo hacen porque no reconocen que existe una condición de poder desigual en el mundo y consideran que no es legítimo convertir un acto social, público y banal, como el estreno de una película, en un acto reivindicativo.

Y es que esto del sexismo no acaba de entenderse del todo, tal como se pudo ver en el pase de la misma película que la empresa exhibidora de cine Kinépolis realizó en Lovaina (Bélgica), el 6 de junio, cuando las mujeres que asistieron recibieron una bolsa con un regalo de productos que contenía un estropajo, un cepillo para limpiar los platos, un limpiacristales y un folleto de píldoras dietéticas. Ante las protestas de muchas de las mujeres que estaban allí, la empresa enseguida reconoció su error y argumentó que había sido un descuido. Y es que el sexismo pasa casi siempre muy desapercibido, camuflado en eso que consideramos “lo normal”; o, lo que es lo mismo, lo que es ideológico y construido. Es normal que las mujeres frieguen y, ya que friegan, se supone que se sentirán recompensadas si reciben de forma gratuita los instrumentos para hacerlo. ¿De qué nos quejamos?

Wonder Woman ha sido siempre un personaje muy polémico desde su creación a principios de los años cuarenta, porque representaba el poder femenino reconducido fuera de las vías tradicionales: el hogar y los afectos. La principal crítica que se hace en la actualidad desde el feminismo y fuera de él al personaje es que está muy sexualizado, tanto en los cómics como en las películas que se han hecho de ella. ¿Es esto suficiente para deslegitimar la capacidad de empoderamiento que pueda tener o, incluso todavía, tiene hoy el personaje? En esta heroína fantástica parecen coincidir con naturalidad muchas de las contradicciones ideológicas de nuestras sociedades respecto a lo que es el feminismo.

Una polémica mediática interesante se produjo a partir del 21 de octubre de 2016, cuando la ONU decidió nombrar a la Mujer Maravilla embajadora honorífica, considerándola un personaje que podría contribuir a “lograr la igualdad de género y dar poder a las mujeres y niñas a lo largo del mundo”. El título le duró poco a la princesa Diana, ya que pasados dos meses y, tras una campaña a través de las redes sociales de miles de personas que alegaban que una imagen tan sexualizada de la feminidad, tan de raza blanca, “de grandes proporciones, enorme pecho y poco vestuario”, no debía en ningún caso servir de ejemplo a las mujeres. La ONU le retiró la mención honorífica. La petición había sido firmada por unas 45 mil personas y enviada al presidente Ban Ki-moon. La compañía DC Entertainment, que tiene todos los derechos del personaje, salió en su defensa diciendo que “Wonder Woman representa la paz, la justicia y la igualdad y, durante 75 años, ha sido una motivación de fuerza para muchos”. La propia actriz israelí Gal Gadot, que ha encarnado a la heroína en su última película, también la defendió: “Las feministas no vamos por ahí quemando sujetadores”, dijo en unas declaraciones en torno a la fecha de estreno de la película. Está bien que se defina a sí misma como feminista, y estoy de acuerdo con que existen distintas formas de emprender acciones feministas. Parte de la prensa calificó la petición de la

retirada de “ataque enfurecido”, aprovechando así para dibujar a las feministas una vez más como seres recalcitrantes e irracionales.

Hay que decir que ha habido algunos personajes de ficción que han sido también embajadores de la ONU, como Brez, del popular videojuego *Angry Birds,* también en el año 2016, nombrado para concienciar a la gente de las consecuencias negativas del cambio climático, pero su nombramiento duró un solo día. También Winnie de Pooh fue honorario de la amistad en 1997 y Campanilla, embajadora para contribuir a desarrollar la conciencia medioambiental en los niños en el año 2009. Ninguno de estos personajes ha resultado ser tan polémico como la Mujer Maravilla. Y es que los personajes femeninos pueden acabar fácilmente siendo controvertidos, sobre todo, si muestran poder.

7.2 Heroísmo de cómic

En torno al estreno, la prensa especializada insistió en que *Wonder Woman* es la primera película protagonizada por una heroína de cómic, pero no es cierto. Una vez más, el gusto por hacer titulares llamativos acaba oscureciendo la realidad. El pionerismo afecta a todo aquello que tiene que ver con las mujeres. A la prensa le encanta destacar que han sido ellos los que se han dado cuenta de que alguna mujer ha llegado “la primera” a algún sitio. También en el terreno de la ficción. En este caso, evitan decir que ha habido otras protagonistas de cómic con papeles principales en películas como *Catwoman,* en el año 2004, o *Elektra* en 2005, películas que obtuvieron en su momento un éxito relativo. Parece que la profesión periodística, en estos casos, no se comporta de forma muy rigurosa, ni busca dar una información ajustada y profunda. Y no lo hace porque, una vez más, es más fácil aplicar un tópico conocido por mucha gente y repetirlo de forma acrítica.

Lo que sí es original es que estamos ante una de las pocas heroínas que no es la versión femenina de un héroe masculino. La Mujer Maravilla es un personaje original, con una historia y un desarrollo propio a lo largo de 75 años. El personaje de cómic originario tuvo muchísimo éxito y siguió publicándose a lo largo de todo el siglo XX, si bien transformándose mucho, conforme los argumentos iban siendo desarrollados por distintos historietistas. *Wonder Woman* también fue una serie de televisión de bastante éxito entre 1975 y 1979 y una película de animación para vídeo en 2009. Varias compañías de televisión, como CBS o The CW intentaron hacer una nueva producción entre los años 2011 y 2012, pero no lo consiguieron. Eso nos habla no de un fracaso del personaje y de la historia en sí, sino de la desconfianza de la industria audiovisual en las heroínas de ficción, que pese a todo, han ido ganando espacio en las carteleras del cine más comercial.

La cultura popular ha contado a lo largo del siglo XX con heroínas de cómic que, si bien eran a veces la versión femenina de los héroes, han ocupado un lugar que no podemos olvidar si hacemos una historia de los productos populares. Las mujeres y las niñas fueron grandes lectoras de cómic desde sus inicios hasta la II Guerra Mundial, ya que los leían tanto como los hombres. Hasta pasado el año 1945 no se inventaron las historietas específicas para mujeres de contenido sentimental, dividiendo así al público en lectores de cómic de héroes y lectoras de cómic románticos.

La sexualización de las figuras en los cómics siempre fue un objeto de preocupación pública en Estados Unidos, tal vez porque estas publicaciones, antes del invento de la televisión, eran la lectura preferida por niños y niñas. Las heroínas tenían, como los hombres, superpoderes, pero, además, cuerpos espectaculares que exhibían embutidos en escuetos trajes. Por supuesto, todas eran jóvenes de raza blanca y seguían los mismos patrones que había impuesto el cine de Hollywood. Estados Unidos ha sido un país siempre preocupado por la moralidad de los personajes en una relación ambigua y ambivalente con el cuerpo femenino. Por ejemplo, en el año 1954, se creó un organismo: Comics Code Authority, que formaba parte de la Asociación de Revistas de Cómics, que fue renovado a principios de los años setenta y, aunque pervive en la actualidad, no parece tener mucha influencia en lo que se publica. Este código condenaba la aparición de imágenes de "perversión sexual" o las "relaciones sexuales ilícitas", prohibiendo las escenas de violación, el masoquismo y el sadismo. Este texto especificaba también cómo tenían que ser las mujeres: femeninas, bellas y propensas a sentir amor romántico. Se mantuvo así una dicotomía fundamental entre personajes femeninos y masculinos: ellos deben ser fuertes y valientes; ellas, aunque fuertes, deben seguir siendo bellas, su cuerpo puede estar expuesto a la mirada pública y ha de predominar en ellas el sentimiento amoroso.

La violencia simbólica que produce este esquema disimétrico debe estar, sin embargo, controlada, y no aparecer nunca explícita la violencia real contra las mujeres. Lo más interesante de los códigos, para mí (que no sé de leyes), es lo que tienen de conocimiento social: lo que se prohíbe y se prescribe es la práctica real de lo que ocurre. Según el código, existe el sadismo, la violación, las prácticas masoquistas, las relaciones sexuales "ilícitas", y existen mujeres que no están dominadas por los sentimientos de amor romántico. Se pone así en evidencia lo que ocurre en las prácticas reales, pero también lo que se está jugando en el orden de lo simbólico.

A partir de los años setenta, las representaciones femeninas en el cómic fueron cambiando y apareció una gran diversidad de figuras. Algunas consiguieron obtener un espacio propio e individualizarse en una maraña de éxitos masculinos. Tormenta (ex mujer de Pantera Negra) fue una de las grandes heroínas de Marvel,

y la primera mujer de color, hija de padre norteamericano y madre keniata. Apareció en 1975 y tenía un pasado como ladrona antes de ser integrada en el grupo de X-Men. En el año 1995, DC Comics lanzó el primer trabajo sobre un grupo de heroínas: Birds of Prey (aves de presa), de bastante éxito, aunque estaban previsiblemente sexualizadas. Otro personaje interesante femenino fue el de Batgirl, también de DC Comics, cuya auténtica identidad es la de una joven en silla de ruedas.

En los años ochenta y noventa se llegó al apogeo de la sexualización de las mujeres. Los noventa sobre todo, fueron un período de dominación simbólica importante en la imagen pública de las mujeres, no solo en el cómic, sino en la mayoría de los productos culturales. La imagen de las heroínas de cómic se parecían a la de las actrices de las películas porno, solo que aquellas eran agresivas y dominadoras: es lo que se llamó el arte Bad Girl Art, mujeres malas y perversas, con actitudes completamente antiheroicas. La feminidad está expresada aquí a través de unos cuerpos deformados respecto a los estereotipos que marcan el ideal femenino, llevada hasta la exageración y envuelta en un cierto misticismo. Las más famosas fueron Vampirella, que aparecía en 1969; Elektra, una ninja asesina en 1981; y Ángela, la cazadora, en 1993. La mayoría de las productoras de cómic, desde las más grandes como DC o Marvel hasta las más pequeñas, produjeron este estereotipo, que poco atractivo tenía para la mayoría de las mujeres. Todas eran historias de hombres, hechas por hombres a los que les gustaba recrearse cómodamente en los estereotipos tradicionales, pero pasados por la exageración de casi un siglo de medios de comunicación masiva.

En el cine, las heroínas de cómic estuvieron casi siempre en papeles secundarios, con alguna excepción como *Supergirl* (interpretada por Brooke Shields), estrenada en 1984. La mayoría de personajes femeninos eran secundarios, como el de las mutantes de la saga de *X-Men* (que ha tenido continuidad desde el año 2000 hasta 2017), con personajes como Betsy, Arco voltaico, Zorra plateada, las Stepford Cuckoos, Emma Frost, X-24, etcétera. Todas ellas componen una gran constelación de personajes femeninos que, en su mayor parte, aparecieron en una sola película. Pese a todo, eran un elemento fundamental de casi todas ellas, como la Mujer invisible (Jessica Alba) de *Los cuatro fantásticos* (2005). Estos personajes eran la versión femenina, hipersexualizada y también casi siempre blanca del heroísmo masculino.

En la actualidad, las heroínas de cómic son más complejas e interesantes y son parte de la inspiración en las películas de superhéroes. Están de moda las heroínas con superpoderes: la Viuda Negra (Scarlett Johansson) de *Los vengadores* (2012) o Gamora (Zoe Saldaña), de *Los guardianes de la galaxia* (2014). Este tipo de personajes ha conseguido entrar en el imaginario heroico más espectacular y seguramente banal del cine hollywoodiense. Esperemos que estén ahí para

quedarse con naturalidad en un género que consigue grandes recaudaciones en el mundo y, por lo tanto, es del gusto de muchas niñas que aprenden de la ficción cómo ser mujeres. Yo no me atrevo a decir que las heroínas de cómic estén instaladas para siempre en el universo de la cultura *mainstream*. Es preocupante que, en la película de 2017, *Liga de la justicia,* entre todos los héroes aparezca solo Wonder Woman. La mayoría de los personajes femeninos, una vez más, son secundarios, como Mera, Hipólita o Lois Lane. Los personajes principales que siguen sustentando la narrativa son Batman, Superman, Aquaman, Cyborg o Steppenwolf.

Pese a todo, las heroínas están siendo una fórmula de éxito para las empresas cinematográficas. A principios del 2018 Marvel Studios ha comenzado a preparar la película de *La Viuda Negra* con la actriz Scarlett Johansson, que cobrará 31 millones de dólares por interpretar ese papel. Esta cifra, que puede parecer muy elevada, está lejos de los cincuenta millones que cobró Robert Downey Jr. por interpretar a *Iron Man* diez años antes (2008). Esto nos da un dato muy importante de hasta qué punto siguen existiendo las diferencias de salario entre los y las famosas de Hollywood. La empresa productora ha anunciado que la escritora del guion será la también la directora Jac Schaeffer, que forma parte del grupo de guionistas y directoras que cuentan en su haber con una gran formación académica en las universidades americanas.

Y es que las mujeres en el mundo del cine siguen sin tenerlo fácil, aunque se atreven a proponer historias que contar. La actriz Tessa Thompson que interpreta el personaje de Valquiria en *Thor: Ragnarok* (2017), y que intervendrá en la tercera parte de *Los vengadores*, tuvo la iniciativa de presentar, junto con otras actrices, una propuesta a los directivos de Marvel para hacer una película centrada solo en personajes femeninos de ese universo y puede que consiga llevar este proyecto adelante.

7.3 Grandes producciones y universos extendidos

El tratamiento mediático que se suele dar de estos temas tan banales (por tratarse de mujeres y de cultura popular) ha dejado en segundo lugar el comentario en profundidad de la importancia del estreno de *Wonder Woman,* en relación con cuestiones que tienen que ver con la economía y con la estructura de poder dentro de la industria *mainstream*. Por ejemplo, es muy significativo que *Wonder Woman* sea la primera superproducción de héroes cinematográficos dirigida por una mujer, Patty Jenkins.

Esta directora había logrado una gran relevancia en el año 2003 con la película *Monster,* por la que la actriz surafricana Charlize Theron ganó un Óscar interpretando a una asesina de vida marginal en los Estados Unidos, que había sido ajusticiada el año anterior. Esta película le resultó bastante rentable a la productora, que había invertido en ella ocho millones de dólares y recaudó sesenta.

Estamos ante uno de los pocos ejemplos en los que la industria cultural americana ha superado el prejuicio que tienen las productoras comerciales, que consideran una inversión de riesgo poner en manos de las mujeres grandes capitales. Los 150 millones de dólares para producir *Wonder Woman* han sido el mayor presupuesto que ha tenido una directora de cine para llevar adelante una historia en los Estados Unidos. Patty Jenkins superó así a la única directora oscarizada, Kathryn Bigelow, que había dispuesto de 100 millones de dólares para la película *K-19: The Widowmaker*, en el año 2003. Los resultados han sido excelentes. La película se ha convertido en la producción de mayor recaudación conseguida por una directora: 800 millones de dólares. Estos datos tienen un significado que va más allá del valor económico: ¿será que las mujeres están de verdad entrando en el corazón del gigante de Hollywood? Puede ser, pero el cine sigue siendo un medio muy duro y selectivo para ellas.

Wonder Woman forma parte de una nueva estrategia comercial que consiste en no limitarse a crear una sola película, sino una serie de historias relacionadas a través de sus personajes. Se trata de crear varios productos audiovisuales sobre una misma historia de forma programada a varios años vista. Esta forma de producir se denomina "universos extendidos". En este caso, estamos ante un escenario de un universo extendido de la compañía de DC, que pertenece a la Warner Bros. Pictures y que, junto con la empresa Marvel, han controlado el negocio del cómic en Estados Unidos durante todo el siglo XX. La creación de estos universos extendidos por parte de DC Comics ha sido una forma de reinventar este tipo de empresas en un momento de crisis, tomando distintas ideas de directores y guionistas y reiniciando una franquicia en el año 2009. Se trata de producir películas cuyas historias proceden de los cómics, que van interactuando entre ellos mezclando las historias (*crossover)* y generando distintos productos, como videojuegos, series de televisión, novelas o películas para cine. La primera película se estrenó en 2013, *El hombre de acero*, consiguiendo un gran éxito internacional al recaudar el triple de lo invertido en ella (668 millones de dólares). La planificación de estrenos está cerrada hasta el 2020 con el título *Flashpoint.* De las cinco películas estrenadas hasta el momento (además de *El hombre de acero, Batman v Superman: Dawn of Justice* (2016), *Escuadrón suicida* (2016), *Wonder Woman* (2017) y *Liga de la justicia* (2017), *Wonder Woman* ha sido la que mejor recepción de crítica y público ha recibido. La empresa ha aceptado ya la realización

de *Wonder Woman* 2 para el año 2019 y, posiblemente será dirigida por la misma directora, Patty Jenkins.

La historia de la película transcurre en la I Guerra Mundial, en 1918, cuando el piloto Steve Trevor se estrella en la costa de la isla de Themyscira y se encuentra con Diana (Wonder Woman), princesa de las amazonas. Ambos van a Londres a intentar detener el conflicto, que, en realidad, ha creado Ares, el dios de la guerra, con el que la protagonista lucha a muerte. Diana sale victoriosa, pero Trevor morirá al final de la historia. La obra termina con Diana en la época actual, que se ha quedado en el mundo para protegerlo. Diana es una semidiosa, hija de Zeus. Posee armas, tiene muchísima fuerza física y sus atributos son el lazo de la verdad, que es un lazo irrompible que puede incluso curar de la locura, y unos brazaletes y una tiara mágica indestructible.

7.4 La invención de Wonder Women

En este texto, no voy a desarrollar uno de los temas interesantes que ha planteado la crítica: ¿Es feminista esta versión de *Wonder Woman*?, ¿es más o menos feminista que el personaje de cómic, originalmente creado en 1941 por Charles Moulton? No me interesa hacer una crítica al contenido de la película en concreto, sino, más bien, una reflexión sobre cómo se gestó el personaje como un símbolo de la liberación de las mujeres. Es interesante también pensar qué consecuencias tuvo para la vida de sus inventores no por el morbo que pueda tener una historia poliamorosa, sino por lo que nos cuenta sobre lo prescriptivo que continúan siendo las normas que rigen la sexualidad humana y los prejuicios que existen en torno a la construcción de los géneros.

Wonder Woman fue creada por el psicólogo William Moulton Marston, que publicó el trabajo con el seudónimo Charles Moulton en 1941, aunque, en la actualidad, se reconoce la participación en esa creación de su esposa, también psicóloga: Elizabeth Holloway Marston y la alumna que acabó siendo la amante de ambos, Olive Byrne. El dibujante inicial fue Harry G. Peter. La primera historia apareció publicada en ocho páginas en la revista *All Star Comics,* en el año 1941. La publicación tuvo muchísimo éxito durante los primeros años de edición y sufrió también los rigores del conservadurismo que sacudirían el mundo occidental durante y después de II Guerra Mundial. La historia de su creación ha sido contada con gran calidad argumental y una gran sutileza de imágenes en la película biográfica, *Profesor Marston y Wonder Woman,* una producción americana dirigida por Angela Robinson, una directora que ha mostrado una gran sensibilidad para tratar la diversidad sexual, tanto en el cine como en series de televisión.

Charles Marston es un ejemplo muy significativo de la relación tan estrecha que ha existido a veces a lo largo del siglo XX entre la cultura popular y el mundo de la investigación y la ciencia; entre la élite y la gente común. Marston fue un firme creyente en la idea de que los cómics podrían resultar instrumentos educativos y de que las mujeres tenían que estar ahí representadas de forma positiva, ya que los años treinta y cuarenta, los productos que había eran consumidos tanto por niños como por niñas, pero el lector implícito era siempre un varón. Las niñas leían cómics, pero tenían que hacer un ejercicio de travestismo para identificarse con los grandes héroes del momento, como Superman, que había sido creado en 1933 por Jerry Siegel y Joe Shuster.

Marston fue el artífice de dos conocidos inventos en el siglo XX: el detector de mentiras y el personaje de cómic *Wonder Woman*. Nació en 1893 y se graduó en Harvard en Psicología. Durante los años veinte se dedicó a la investigación aplicada en esa universidad y se doctoró con el profesor alemán Hugo Münsterberg, que trabajaba sobre la construcción de un detector de mentiras. En 1915, se casó con Elizabeth Holloway, una de las primeras estudiantes en esa universidad que tuvo que luchar para conseguir su título universitario y a la que no se le permitió doctorarse en Psicología en Harvard por ser mujer. Marston leyó su tesis en 1921, en la que defendía una hipótesis: existe una relación proporcional entre la presión arterial de un individuo y la emoción que produce en su cuerpo el saber que está diciendo una mentira. En realidad, en la tesis habla de 'engaño' y del 'test del engaño' y no del polígrafo o detector de mentiras, tal como ahora lo denominamos. Dedicó los ocho años siguientes a la docencia. Hizo mucho trabajo empírico estudiando la relación de la presión sanguínea y las emociones. En 1928 publicó su libro: *Las emociones de la gente normal*. Más tarde fundó la agencia de publicidad Weeks & Marston y, al no conseguir los fondos suficientes para la investigación, en 1929 se puso a trabajar en los Estudios Universal, en California, como director de Servicios Públicos.

A Marston le gustaban los medios de comunicación y la fama que podían proporcionarle. Es conocido el sonoro espectáculo que organizó en 1928 en el Teatro Embassy de Nueva York. Sentó a tres mujeres jóvenes en el escenario: una rubia, una morena y una pelirroja a las que iba aplicándoles el detector de mentiras, pretendiendo determinar sus capacidades para recibir los estímulos amorosos en relación con escenas que iban viendo de dominación y sumisión. Los resultados que consiguió podemos prever que fueron de lo más estereotipados.

En la década de los 30 adquirió cierta popularidad escribiendo artículos divulgativos en revistas como *Ladies' Home Journal*, *Cosmopolitan*, *Good Housekeeping* o *This Week* y dando charlas radiofónicas sobre psicología. Algunos colegas llamaron a esto 'psicología amarilla'. Marston comenzó a trabajar en una nueva profesión: como *consultor*, alguien que es capaz de aconsejar sobre el

comportamiento de la gente, creyendo que el conocimiento científico de la fisiología de las personas daría datos sobre su moralidad. La psicología se proponía entonces como una ciencia que permitía conocer el orden natural y, estaba dotada, por lo tanto, de la autoridad suficiente para poder decirle a la gente cuál es el comportamiento moral correcto que debe mantener para poder vivir feliz en sociedad. Las charlas por la radio y los artículos divulgativos en la prensa fueron el principio de todo un mercado de publicaciones que, en la actualidad, calificaríamos de 'libros de autoayuda', una nueva literatura que Marston contribuyó a crear.

La vida personal de Marston fue particular: casado con Elisabeth, tuvo como alumna a Olive Byrne Richard. Los tres establecieron una relación poliamorosa, y tras el fallecimiento de Marston, las mujeres siguieron viviendo juntas hasta el final y criaron a los cuatro hijos que tuvieron entre las dos. La joven Olive debió tener un carácter especial, ya que procedía también de una familia no del todo convencional. Su madre fue Ethel Higgins Byrne, una feminista radical, hermana de la activista Margaret Sanger, la enfermera que abrió las primeras clínicas de control de natalidad en Estados Unidos que, en 1921, fundó la Liga Americana por el Control de Natalidad, y que seguiría militando hasta su muerte en 1966 en temas de anticoncepción.

7.5 Wonder Woman: La utopía feminista

A Marston le interesaron siempre las relaciones de poder que se establecen entre los seres humanos y, para explicarlas, se inventó una teoría propia con una base experimental desarrollada en laboratorio. Quería saber cuándo una persona dice la verdad sobre sus emociones, utilizando una máquina que, básicamente, medía los cambios de la presión sanguínea. Durante sus experimentos, Marston llegó a la conclusión de que las mujeres eran más sinceras que los hombres y más capaces de equilibrarse mentalmente en situaciones difíciles. Tenía a su lado a su esposa, una mujer de gran valía que no había sido aceptada en la universidad por ser mujer, que sería la sostenedora del hogar en períodos de crisis y a una estudiante de gran perspicacia y valentía. Marston se declaró entonces un ferviente feminista. La invención de Wonder Woman responde a todas estas ideas y prácticas personales.

En 1940, comenzó a trabajar como asesor de la editorial de cómics All-American Comics, que contaba ya con *Superman* entre sus grandes éxitos, en un momento en que los cómics comenzaron a ser mirados como peligrosos para la educación infantil. El editor Maxwell Gaines le encargó a Marston la elaboración

de un informe sobre sus publicaciones, en el que Marston concluyó que todo estaba muy bien, pero planteó lo que le preocupaba: ¿Por qué todos los héroes eran hombres? ¿Por qué no publicar una historia con un modelo positivo femenino para las niñas? Ese reto lanzado al editor lo tomó el propio Marston, poniéndose como objetivo inventarse una heroína feminista.

Esa heroína será una amazona nacida en la Isla Paraíso, el país del amor y la belleza, donde las mujeres viven en paz y armonía consigo mismas. Allí nace la princesa Diana de Temiscira, la mujer maravilla, dotada de grandes dones por los dioses y mejorada con un constante entrenamiento físico. Cerca de la comunidad en la que viven existe también la Reform Island, una cárcel en la que las amazonas transforman las malas características de las prisioneras a través de la disciplina y el amor. Las mujeres están controladas por unos brazaletes mágicos que les impiden actuar mal. Si los perdieran, podrían actuar tan violentamente como los hombres. Ellas son las *siervas de la civilización*. No se trata de que las mujeres sean iguales que los hombres, sino que su función debe ser empujar la sociedad a *des-masculinizarse*, porque los ideales varoniles llevan a los seres humanos a la competición, la agresividad y la exaltación enfermiza del yo. En el mundo utópico de las amazonas, en su lado brillante y su cara oscura de Reform Island está implícita la idea de un mundo mejor. Una idea que nos resulta en estos momentos muy polémica porque plantea que a la libertad a la que aspiramos los seres humanos, solo podemos llegar a través de la sumisión que exige el amor.

Este tipo de planteamientos utópicos son muy conflictivos en la posmodernidad, porque toda utopía exige que los individuos renuncien a cumplir sus deseos en aras del buen funcionamiento social. En la actualidad, vivimos una época en la que triunfan las distopías: ficciones de mundos crueles y deshumanizados en las que algunos seres humanos consiguen revelarse y sobrevivir. Las ideas del Profesor Marston sobre un mundo ideal de mujeres en el que es posible el dominio a través de los lazos que tiende el amor nos suenan hoy bastante ingenuas.

Su teoría del poder y de las emociones nos resulta un poco extraña. Sus ideas procedían en parte del psicoanálisis, aunque él mismo se inventó un modelo propio llamado DISC que consiste en lo siguiente: las principales emociones que tenemos son el temor y el amor y ambas están siempre en conflicto en la vida psíquica. Para él las emociones son las respuestas a los estímulos y no los estímulos en sí mismos. Las cuatro emociones primarias de los seres humanos son la dominación, la conformidad, la sumisión, la inducción (influencia). Calificó la dominación como el motor principal para sobrepasar los obstáculos que se producen en la interacción humana: cuando hay conflicto, lo más fácil para superarlo es dejarse dominar y, así, el conflicto desaparece. La sumisión, para Marston, no es un valor negativo, porque supone la aceptación de la diferencia, la aceptación del poder del otro. Ese tipo de sumisión debe conseguirse, no a través de la fuerza,

sino del amor. Los hombres deben aceptar el *liderazgo amoroso* de las mujeres, porque ellas han aprendido a dominar a través del amor y de los afectos. Para Marston, el juego entre la dominación y la sumisión no tiene ningún aspecto sádico. Es más, tiene que ver mucho con la emancipación de las mujeres. En algún momento, llegó a decir que las "mujeres prefieren cautivar a los hombres, y que los hombres prefieren ser cautivados". Además, creía que las mujeres tenían una mayor capacidad de auto-control, podían entrenarse en el amor y reeducarse en él. Pensaba que ellas debían incrementar sus capacidades de dominación y desear participar en las actividades sociales con mayor intensidad.

En realidad, Marston no decía nada de tendencias naturales al sometimiento de las mujeres, sino de todos los seres humanos. Conseguir una sociedad feliz requiere que los individuos aprendan a someterse unos a otros, saltándose los deseos más personalistas del ego. Y, puestos a ser sometidos, mejor que sean las mujeres las que ostenten el poder porque, de hecho, son más amorosas, empáticas y menos violentas. Fue un firme convencido de que el futuro sería de las mujeres. En un artículo publicado en 1937, en el *New York Times*, dijo "… en cien años el país verá el comienzo de una especie de matriarcado de las Amazonas. En 500, alcanzarán la supremacía sexual y, en mil, marcarán las reglas del país, política y económicamente".

No cabe duda de que Marston fue una persona convencida de que la cultura popular era un instrumento válido para la educación y de que había que intervenir en ella para que las mujeres ocupasen un lugar igualitario en el mundo. Era un feminista entusiasta. Cuando en febrero de 1941, envió su primer borrador de "Suprema, The Wonder Woman" a la editorial, escribió que con él esperaba "incrementar el poder de las mujeres". En 1943, un miembro de Superman DC Comic Magazine Editorial, criticó su trabajo diciendo que era sádico con las mujeres. Esto sorprendió a Marston que se defendió diciendo que su idea era la de presentar a las mujeres luchando contra la dominación masculina de forma cruel y salvaje, pero hecho con amor. Parece que acabó deprimido: después de veinte años predicando su concepto de libertad por el amor, después de haber conseguido llegar a una gran audiencia, su trabajo solo era leído de forma frívola, como si lo que le moviese fuera el sadismo. La Mujer Maravilla podía aparecer atada, secuestrada… pero el público sabía que tendría siempre un final feliz. Mientras tanto, las circunstancias adversas le daban la oportunidad de mostrar todo su poder, un poder basado "en la bondad y en la belleza".

La película *Doctor Marston y Wonder Woman* (2017), dirigida por Angela Robinson, tiene muchas cosas interesantes, entre ellas intentar acercarse a la visión poco convencional sobre la teatralización de la seducción y la sexualidad. La visión de la directora hace que entendamos el complicado esquema emocional que presenta el escritor-psicólogo en sus trabajos y las relaciones amorosas que

este trío de personajes vivieron. La sexualidad aparece como un elemento a la vez naturalizado y la vez construido, elaborado, sofisticado, pero que lleva a las personas fuera de la monogamia, lo que tendrá un coste vital importante para toda la familia.

Hoy, la crítica al personaje es la sexualización. Ellos van vestidos y ellas, casi sin ropa. Parece imposible que la cultura popular sobrepase el prejuicio fundamental sobre el cuerpo de las mujeres: los ideales de belleza y juventud. Mientras tanto, se ignoran otras cosas, como la fortaleza del personaje y lo motivador que es todavía hoy que las niñas puedan disponer de modelos femeninos heroicos y triunfadores. *Wonder Woman* se ha atrevido a situar también una frase muy polémica que ha causado gran indignación en las redes "Los hombres son esenciales para la procreación pero, cuando se trata de placer, son innecesarios".

8. DE LAS HEROÍNAS FÁLICAS A LAS HEROÍNAS POSMODERNAS: LISBETH SALANDER (*MILLENNIUM*) Y NEYTIRI (*AVATAR*)

> Hay determinadas cosas que para que nos parezcan interesantes, hay que mirarlas desde un interés emancipatorio, desde una mirada crítica extrañada.
>
> Celia Amorós

Las heroínas fálicas son personajes que en el cine adquieren características que tradicionalmente eran propias de los varones. Son mujeres que exhiben valores de la masculinidad en un sistema simbólico que separa lo masculino y lo femenino a través de categorías opuestas del tipo: razón/pasión, control/descontrol, objetividad/subjetividad, fuerza/debilidad, como si entre esas dos dimensiones no hubiera categorías intermedias. En esas valoraciones de opuestos, la feminidad implica una carencia de los valores positivos, es algo defectuoso o que está en un estadio inferior. En las narraciones cinematográficas, las mujeres fálicas se ponen en el lugar simbólico adjudicado a los varones: utilizan la violencia física y la coacción para conseguir sus fines, no se dejan manipular sentimentalmente, ni tampoco necesitan manipular los sentimientos de los otros para vencer en un conflicto. Se enfrentan al poder físico de los hombres utilizando sus armas e, incluso, asimilando su forma de hablar y de moverse. Todo el prejuicio social que existe en contra de las mujeres violentas que analizamos en otro capítulo de este libro se ve aquí neutralizado en estas figuras, que ya no se perciben como peligrosas porque en su mayoría están ultrasexualizadas, lo que las devuelve a la normalidad de los estereotipos de género.

8.1 Las hijas de la Segunda Ola

Las mujeres fálicas son prefiguraciones más tardías que tuvieron éxito a partir de los cambios que produce la revolución social y contra-cultural de finales de los años sesenta. El concepto surgió de las primeras interpretaciones feministas del cine, en concreto, del texto de Laura Mulvey publicado en el año 1978 titulado *Placer visual y cine narrativo,* que aplicó a la crítica cinematográfica conceptos que provenían del marxismo y el psicoanálisis. Mulvey argumentaba que la mirada de la cámara reproduce el poder de la mirada masculina en la vida social. Las grandes actrices en el cine se convierten en objetos fantásticos que causan fascinación, pero también provocan el miedo masculino a la castración. La solución a ese conflicto, decía Mulvey, es que también en las películas las mujeres tienen que ser controladas y su poder debe ser neutralizado. Por eso, los argumentos y tramas terminan siempre en el *fracaso* de las aspiraciones de libertad o independencia que pudieran plantear las mujeres. Las mujeres fálicas son aquellas que tienen atributos masculinos pero, sobre todo, escapan del castigo simbólico. Este concepto, sin embargo, no gusta demasiado al feminismo actual, porque es cierto que presupone reconocer que las cualidades positivas, como la inteligencia o la fuerza son solo atributos de los hombres: si seguimos nombrando así estas figuras significa que acabamos reconociendo el orden simbólico impuesto por la tradición patriarcal.

Es significativo que, durante la Segunda Ola de feminismo de los años setenta, en las pantallas comenzaran a aparecer mujeres que se salían de las normas de género sin tener el halo trágico de las *vamps* y las mujeres fatales de los años treinta y cuarenta. Podían luchar y defenderse por sí mismas sin recibir ningún castigo narrativo por usar la fuerza entre o contra los varones. En la época se estrenaron tres películas con gran éxito de público que cambiaron el imaginario de lo femenino. La primera fue *Alien, el octavo pasajero*, dirigida por Ridley Scott, en 1979, que supuso una auténtica conmoción en la narrativa audiovisual. Su personaje principal, la teniente Ripley, llamó poderosamente la atención a las jóvenes que buscaban distanciarse de los roles de género asumidos por las mujeres que las habían precedido. La teniente Ripley fue un modelo ético, pero también estético para las jóvenes de los años ochenta, que dieron por hecho que nada las distinguía ya de los hombres. Es significativo también que este personaje hubiera surgido en un género cinematográfico muy masculinizado: la ciencia ficción, cuyos espectadores son, en su mayoría, hombres. Estas películas suelen ser una exhibición del gusto por la tecnología, la ciencia y la posibilidad de utilizar la fuerza y la racionalidad que proporciona la fantasía de control omnipotente de la naturaleza.

La segunda se estrenó el año 1986: *Aliens, el regreso*, esta vez dirigida por James Cameron, donde aparece, además de la protagonista, una figura que se acabó convirtiendo en un clásico de las películas de ciencia ficción o del género bélico y que también resultó ser muy impactante en ese momento: la Private Vasquez (Jenette Goldstein), capaz de manejar gigantescas armas de fuego, musculosa y vestida con camiseta de tirantes, pantalones de campaña y una cinta para recoger su escaso pelo cortado casi al rape. James Cameron recreó de nuevo el impacto visual que produce una mujer militar en su película *Avatar*, veintitrés años después, esta vez encarnado por la actriz Zoe Saldaña. La tercera película que marcó época fue *Terminator 2: el juicio final* de 1991, dirigida también por James Cameron, en la que una mujer, Sarah Connor (Linda Hamilton), muy poco estetizada, lucha con armas masculinas contra un mortífero robot que viene del futuro a matarla.

Todas estas figuras representaron una auténtica alteración de los paradigmas tradicionales porque permitieron introducir personajes femeninos en la esfera de la representación de la violencia con un cierto paralelismo respecto a los hombres. Estos personajes de mujeres guerreras de los años ochenta y noventa podemos interpretarlos como una especie de hijas no esperadas del feminismo de la Segunda Ola de los años setenta y representan la visión más comercial y popular de las reivindicaciones feministas que se estaban planteando desde los movimientos sociales y las teorías más radicales de aquellos años.

A partir del año 2000, el éxito de este tipo de protagonistas fue en aumento, apoyado y reforzado por las series de televisión como *Xena, la princesa guerrera*, que había comenzado a emitirse en 1991 y se mantuvo en antena hasta el año 2001, o *Buffy, la cazavampiros*, emitida entre el año 1997 y el 2003. Esta serie despertó un enorme interés en el ámbito universitario americano, donde se llegaron a realizar cursos sobre esta producción, que tenía como protagonista a una dulce adolescente que va creciendo y asomándose a la vida adulta mientras mata agresivos vampiros sin despeinarse. El año 2000 se estrenó la película *Los ángeles de Charlie*, cuyo reclamo principal eran las tres expolicías peleándose como hombres, usando armas, en persecuciones emocionantes y sorpresivas resoluciones de conflictos. Los tres personajes actuaban bajo el mando de un jefe que le encomienda las misiones y que nunca vemos en pantalla. Esta película procedía también de una serie de televisión de gran éxito producida entre los años 1976 y 1981, lo que nos permite comparar el tratamiento de los personajes en ambos casos. Las protagonistas de la serie estaban menos sexualizadas que las de la película estrenada veinte años después. Esto nos permite ver cómo la cosificación del cuerpo de este tipo de personajes fue en escala ascendente, por lo menos, hasta la primera década del siglo XXI.

Muy cercano a ese estreno estuvo el de la película *Lara Croft: Tomb Raider* (2001), interpretada por Angelina Jolie, e inspirada en un videojuego de gran éxito del mismo nombre distribuido a partir del año 1996. A pesar de las críticas negativas que recibió, la imagen de la protagonista Lara Croft es un *clásico* en el imaginario de las generaciones jóvenes de principios del siglo xxi. Dos años más tarde, en 2013, se estrenó la secuela *Lara Croft Tomb Raider: La cuna de la vida*. Su ropa ajustada, sus pantalones cortos y las cartucheras de las pistolas sujetas directamente sobre las piernas la convirtieron en un icono para las mujeres adolescentes, fascinadas por la estética asociada al poder y la independencia que transmitía el personaje de la arqueóloga británica.

Otra saga importante fue la constituida por las seis películas inspiradas en el videojuego *Resident Evil*. La primera se estrenó en el año 2002 y la última en 2017. Es una coproducción alemana, francesa y británica. El personaje principal Alice, está interpretado por Milla Jovovich, una mujer ucraniana multifacética, ya que ha sido cantante, modelo, diseñadora y empresaria. La actriz recibió el premio a la "Mejor pelea" en los premios MTV Awards, que son votados directamente por el público en una página web oficial de la cadena de televisión, y durante su entrega se desarrollan números paródicos sobre las películas premiadas. Alice es la gran heroína que lucha contra una de las formas monstruosas de más éxito del cine comercial: los zombis asesinos. La primera película recaudó más de cien millones de dólares.

Otro caso de sexualización espectacular del cuerpo de la mujer fálica propio de los primeros años del siglo xxi fue *Catwoman*, dirigida por Pitof (Jean Christophe) en el año 2004. También este personaje procede de la serie televisiva *Batman*, que tenía su origen en un cómic de los años cuarenta. Hay varias versiones anteriores de este personaje en el cine. Por eso, podemos compararlo y ver cómo los creadores en la época siguen construyendo una feminidad altamente elaborada: los movimientos de Catwoman rayan a veces lo ridículo. Es una luchadora, pero no pierde en ningún momento la supuesta *elegancia* que requiere la representación de la feminidad. Es significativo en esta película que su oponente sea precisamente otra mujer, directora de una empresa de cosméticos, cuyo objetivo perverso es conseguir ser hermosa aunque sea a costa de matar a otras mujeres. Catwoman es *tan femenina* cuando se transforma en gato que resulta risible, un personaje de parodia *en fino* de los espectáculos de *striptease* donde las mujeres son exhibidas fingiendo desear a los hombres que las miran.

8.2 Luchadoras posmodernas

Uno de los ejemplos más interesantes de heroína fálica es Beatrix Kiddo, protagonista de las dos partes de *Kill Bill* estrenadas el año 2003 y 2004, respectivamente, y dirigidas por el exitoso y controvertido Quentin Tarantino. Estas películas podemos incluirlas en el subgénero *Rape & Revenge*, cuyo argumento gira en torno a la venganza que emprende una mujer después de ser violada. En este caso, la película de Tarantino es especialmente conmovedora porque el bestial ataque se produce estando embarazada y en un ensayo de la boda, con todo el simbolismo que tiene el traje de novia ensangrentado. *La novia* estará en coma cuatro años y, cuando despierta, pensando que ha perdido a su bebé, comienza su sangrienta venganza. En la segunda parte, se enfrenta con su ex novio agresor, Bill, al que acaba matado, y descubre que su hija vive.

Beatrix Kiddo, la novia, es un personaje espectacular. Maneja de forma despiadada las armas y conoce todas las formas de lucha oriental. Este personaje también ha proporcionado un modelo de estética corporal de gran éxito popular, haciendo que miles de mujeres se hayan vestido durante años utilizando el tipo de ropa deportiva que exhibe Uma Thurman con su inconfundible chándal amarillo. El éxito de esta película y, sobre todo, su aceptación por parte de las jóvenes como película de culto demuestran el gran poder que sigue teniendo el cine para proporcionar modelos que luego son exportables a otros productos culturales, como los videojuegos.

Las jóvenes que adoraron a Beatrix Kiddo eran las hijas de aquellas mujeres que vivieron su juventud en mayo del 68 y los cambios sociológicos ocurridos entonces. Es una generación de mujeres que ahora están en torno a los cuarenta años y que se identificaron plenamente con la violencia de *la novia* ensangrentada y vengativa de las películas de Tarantino. Son una generación con acceso a la educación, a las nuevas tecnologías, a la sociedad del bienestar y que salieron de la adolescencia sintiendo que su vida discurría en paridad con los hombres porque fueron educadas en clave de igualdad con ellos. En esos años, muchas abrazaron lo que se denominó el 'postfeminismo', precisamente porque se identificaron con estas heroínas cinematográficas y sintieron que el feminismo era algo caduco, cosa de sus madres y sus abuelas, y que ellas ya no necesitaban reivindicar nada. Se produjo así una identificación poco conflictiva con las mujeres agresivas y guerreras que veían en la pantalla porque habían aprendido a leer estas narrativas con distanciamiento irónico o como un simple juego estético.

La película *Kill Bill* puede interpretarse como un cómic, una broma que hace reír. Beatrix Kiddo es violenta, pero posee un atractivo extraordinario. Es capaz de moverse en un universo donde las mujeres tienen las mismas posibilidades que los varones de obtener sus objetivos usando la fuerza física, y su condición

femenina no es ningún impedimento para el desarrollo de las acciones que acometen. El personaje dice en un momento: "Lo que me falta es compasión, perdón y piedad, no el raciocinio." Es una manifestación de cómo las mujeres pueden hacerse con la cualidad masculina clásica, la razón, para moverse hacia donde quieren, abandonando las cualidades propiamente femeninas, como la empatía con el sufrimiento ajeno.

A pesar de la violencia, *Kill Bill* es un cuento justiciero que reconforta porque nos muestra un mundo en el que no existen las diferencias de la vida real entre hombres y mujeres. Ellas pueden vengarse de forma contundente y pelear sin sentir el peso de la determinación de las normas de género. Pueden renunciar al amor de pareja, pero Beatrix Kiddo no renuncia en ningún momento al sentimiento maternal. La última frase de la película es "la leona ha vuelto con su cachorro y todo está bien en la selva". Es interesante esta visión que parece justificar los actos violentos de una mujer, si estos se deben a la defensa de su prole. Con este final se produce una re-significación de las claves convencionales de género. Entendemos la violencia, la damos por buena porque lo que ha movido a la mujer ha sido el reencuentro con su hija. Es como si nos dijera que "entendemos la venganza porque una madre tiene derecho a todo si los perjudicados son los hijos". Una vez más, los espectadores resultamos envueltos en una estrategia de re-significación de la violencia femenina, que se hace legible, porque es una exageración representativa del poder que tiene el instinto maternal.

8.3 Los avances no son lineales

Lo que ocurre con este tipo de mujeres fálicas es que, a pesar de todo el progresismo que transmiten, pueden ser también el resultado de la "domesticación" de la conmoción que produce una mujer violenta. Por eso, no podemos leer la historia de las mujeres fálicas como un avance lineal desde los años setenta.

Como Susan Faludi analizó en su texto *Susan Faludi contra las mujeres americanas* de 1993, paralelamente al desarrollo de la Segunda Ola de feminismos durante los años ochenta, se fue gestando también una reacción conservadora en Estados Unidos, no solo en las políticas públicas desarrolladas por el gobierno de Ronald Reagan (1981-1989), sino también en todo el aparato mediático que creó un entorno semiótico que castigaba las pretensiones de autonomía de las mujeres. Así lo demuestran películas como *Atracción fatal* (1987) en la que una amante ocasional se convierte en la pesadilla de un hombre casado, lo que justifica que acabe siendo brutalmente asesinada al final de la película; o la archifamosa *Pretty Woman* (1990) en la que vemos un proceso de transformación de una

mujer de prostituta a mujer de clase alta gracias a su atractivo sexual. Son solo dos ejemplos de cómo el cine crea historias que son aparentemente liberadoras y positivas, pero que resultan al final conservadoras y retrógradas para el avance de las mujeres. En este contexto, las heroínas del momento adoptaron cualidades masculinas con gran regocijo para una audiencia deseosa de ver estereotipos nuevos, pero también se espectacularizaron las imágenes y las historias de las mujeres que parecerían felices y gustosas de interpretar una feminidad hiperritualizada. Belleza, disponibilidad sexual e hipersexualización siguieron siendo las cualidades exigidas a muchos de los personajes del cine de los conservadores años noventa.

La representación positiva de los valores femeninos, no ha sido tampoco un proceso lineal en el tiempo. Belleza y sexualización, como representación del poder femenino, han sido las constantes que ha impedido a lo largo del tiempo la diversificación de los papeles para las mujeres en la historia del cine. Un ejemplo de la involución en los modelos es el caso de las princesas de la saga *Star Wars (La guerra de las galaxias)* iniciada por George Lucas en el año 1977 y continuada por The Walt Disney Company a partir de 2012. Varias generaciones hemos vivido acompañadas por estas películas, y es significativo el cambio de imagen de sus protagonistas a lo largo de más de cuarenta años de éxitos. La princesa Leia (interpretada por Carrie Fisher) de los primeros films era una gobernante y líder de aspecto dulce y grandes cualidades morales. También era capaz de pelear y defenderse, buscando un lugar entre todos los hombres que la rodeaban, porque ella era, en aquellos tiempos, la única mujer protagonista de la saga. Al fenómeno de las mujeres solas en un entorno de hombres se lo denomina popularmente 'el efecto pitufina': nada cambia si solo una mujer es la excepción que confirma la regla de que son los hombres en grupo los que transforman el mundo. El que haya solo una mujer excepcional en una narrativa no es un elemento de emancipación en sí mismo. Lo interesante es contar con narrativas en las que las mujeres estén en conexión con otras mujeres, actuando en un mundo que es de todos.

En 1999, es decir veintidós años después de la primera película, George Lucas volvió a dirigir una precuela en la serie titulada en español *Star Wars: Episodio I. La amenaza fantasma*, en el que aparece una nueva figura femenina: la reina Amidala, interpretada en este caso por Natalie Portman. Cuando vi esta película me entró un ataque de nostalgia de la princesa Leia, porque la reina Amidala de Naboo no tenía nada que ver con ella. Se trataba de un personaje estático, con una belleza tan artificial y elaborada que parecía una figura de porcelana china delicada, hecha para colocar de adorno en una estantería. Y es que el fin del milenio supuso, en muchos sentidos, la restitución de la feminidad clásica también a la cultura *mainstream*. Pero quiero ser positiva: los cambios en la representación de las mujeres, pese a los ciclos conservadores que se pueden ir produciendo, se

han consolidado en el imaginario popular y mi desconcierto sentido ante la reina Amidala, se ha visto compensado con la nueva figura de Rey, la protagonista de *Star Wars: Episodio VII. El despertar de la fuerza* (2015) –la más taquillera de toda la serie– y *Star Wars Episodio VIII. El último Jedi* (2017). El personaje principal, Rey (Daisy Ridley), es una chatarrera galáctica, con un pasado desconocido que se une a la resistencia y que tiene una conexión especial con la Fuerza. Se entrena para la lucha y desarrolla todas las habilidades necesarias para ser la heredera de los guerreros Jedi. Y lo más importante: es la protagonista de las dos últimas películas de la saga, a pesar de muchas de las protestas que ha habido por parte de los seguidores en Internet en contra de que una mujer ocupe el lugar principal de la narración cinematográfica.

8.4 Sobre la estetización del cuerpo

La crítica feminista ha destacado lo problemático que puede ser para las mujeres reales construirse una identidad social basada en los modelos mediáticos que exigen una sumisión a los cánones de belleza establecidos en cada época. También las actrices y modelos están en la actualidad obligadas a mostrarse desnudas, pero lo más tremendo es que tienen que enfrentarse a la observación de su cuerpo a través de las técnicas de fragmentación a las que las somete el objetivo de la cámara, una mirada escrutadora que recorre el cuerpo femenino exigiendo la perfección en todo él. El difuso ideal de belleza requiere un examen milimétrico y detallado sobre una multiplicidad de fragmentos corporales, que son observados por las cámaras con la atención de un anatomista neurótico.

La belleza femenina que, hasta hace pocas décadas se centraba en una visión general sobre el cuerpo vestido y el rostro de las actrices, hoy día se ha convertido en una exigencia de perfección en todos los fragmentos que la cámara transforma en imágenes. La belleza ideal ya no depende del rostro, la ropa o el volumen general del cuerpo. La belleza ya no es eso "inefable" e "indescriptible" que ni los filósofos pueden definir del todo. Hoy, la belleza está en orden de la materialidad de lo que se pesa y se mide; de lo que se observa respecto al color de la piel o el volumen muscular. La feminidad deja de ser esa interioridad que aflora en las mujeres buenas, como ocurría en las películas del Hollywood clásico, perdiendo así toda trascendencia. La belleza es lo que se observa, se cuantifica y racionaliza dentro de unos parámetros precisos y, si la actriz principal no da la talla en alguno de los elementos de su cuerpo, la industria cinematográfica no tiene ningún problema en sustituirla por otra. Eso fue lo ocurrido en el rodaje de *Pretty Woman*, cuando el director consideró que Julia Roberts estaba demasiado delgada

para rodar las escenas íntimas en las que se usó a otra actriz con más curvas. También se usaron las piernas de la modelo Shelley Michelle para hacer el cartel de la película. Con el cine, la perfección corporal se convierte en la percepción de fragmentos corporales, algo dramático no solo para las actrices, sino también para las mujeres reales.

¿Tenemos razón las pensadoras feministas a la hora de atribuir tanto poder a los medios para controlar el cuerpo de las mujeres? Pese a todas las críticas que podamos hacerles, ¿son positivos los modelos de mujeres guerreras aunque estén estetizadas? En 1993, Naomi Wolf suscitó una gran polémica en el mundo anglosajón al publicar un libro que no ha sido traducido en España titulado *Fire with Fire: New Female Power and How it Will Change the 21st Century* cuya tesis era que el feminismo produce un modelo de mujer víctima con el que las jóvenes de nuestras sociedades ya no se identifican. ¿De dónde obtienen las jóvenes entonces los nuevos modelos de identidad? Según Naomi Wolf de los medios de comunicación, que a partir de los años noventa se prodigaron en la creación de modelos de mujeres fuertes que pueden ser utilizados por las jóvenes como herramienta para producir un cambio social, pues dejan de lado el victimismo en la representación. La abundancia de mujeres guerreras en las series de televisión, en los videojuegos, podría suponer, para Wolf, un socavamiento de la "mística masculina". Los medios pasan así a ser considerados como divulgadores de una nueva ideología en la que las mujeres encuentran modelos de estrategias para la acción.

Sin embargo, frente al optimismo de Wolf y la crítica posmoderna, es evidente que los modelos dominantes en los medios siguen siendo los construidos sobre valores dicotómicos de los géneros, y podríamos preguntarnos cómo se explica que no haya ninguna mujer fálica fea. Si somos capciosas, podríamos explicarlo diciendo que, al fin y al cabo, todas las películas que hemos referenciado están dirigidas (y pagadas) por hombres. Si vamos más allá, podemos preguntarnos también si esas representaciones no implican una "domesticación" o neutralización de la inquietud o incertidumbre que pueda provocar una figura de mujer-guerrera porque mostrar un cuerpo espectacular en una pantalla es una forma de hacerlo imaginariamente accesible a todos los espectadores.

La exhibición sin límite de los cuerpos bellos no es la única estrategia que puede ponerse en marcha para producir una domesticación tranquilizadora del nuevo estereotipo: hay otras que tienen que ver con la estructura narrativa de la historia. Por ejemplo, la justificación de que una mujer se vuelve extremadamente violenta porque recibe un mandato externo que, en este caso, es siempre masculino. Las protagonistas de *Los ángeles de Charlie* son comandadas por un jefe bastante chulesco al que no vemos nunca, pero que parece tener un conocimiento absoluto sobre la personalidad y las acciones de las detectives, así como una capacidad total para conseguir que ellas hagan lo que él quiere. O, en el caso de

Lara Croft, la protagonista lucha contra las fuerzas del mal cumpliendo el mandato de su padre, ya fallecido, al que tiene un gran reconocimiento por haberla cuidado en la adolescencia.

Otra estrategia narrativa domesticadora es atribuir "motivos maternales" a la violencia femenina, activando el consabido estereotipo de madre coraje, muy aceptable en el imaginario público. Ya hemos comentado en *Kill Bill* la lucha feroz que mantiene la protagonista contra el entorno de un amante que la abandona después de intentar matarla y hacer que se malogre su maternidad. También en *Terminator,* la protagonista pasa de ser una pacífica ama de casa a defensora de un hijo que ni siquiera ha sido engendrado en su presente ante un robot indestructible. Incluso en la saga de *Alien 2* se juega con la maternidad y la reproducción tanto del monstruo como de la propia protagonista.

En definitiva, las heroínas fálicas presentan una duplicidad al representar la tentación y el peligro en la forma tradicional más maniquea. Su lenguaje corporal es masculino, utilizan armas, pero, al mismo tiempo, son hiperfemeninas. Ninguna figura del imaginario representativo cinematográfico exhibe de forma más clara y contundente que la feminidad y la masculinidad son identidades que se construyen en la representación para ser *vistas* y reconocidas como tales. Podemos leer estas figuras como positivas, ya que ofrecen a las mujeres unos modelos de empoderamiento frente a los varones, pero el conflicto que supone que las mujeres adquieran poder solo a base de utilizar las estrategias propias de lo masculino es una cuestión muy problemática para el feminismo: la emulación de los hombres podría suponer el reconocimiento de un complejo de inferioridad de la feminidad respecto al código masculino que se imita.

8.5 *MILLENNIUM* Y *AVATAR*

Las películas *Avatar, Millennium* y *Los juegos del hambre* (que trataré en capítulo aparte) son tres productos con elementos comunes. Todas tienen como personajes destacados a mujeres guerreras, todas han tenido un gran éxito de público y sus heroínas no pueden encuadrarse tan fácilmente en la categoría de 'mujeres fálicas' de las que hemos hablado hasta ahora. Además, estos personajes femeninos, no renuncian a ciertas atribuciones de la feminidad clásica, como ser cuidadoras de los demás, y no están especialmente sexualizadas.

En la saga *Millennium,* el personaje eje de la trama es Lisbeth Salander, una joven de estética post-punk y que parte de la crítica ha calificado de "nómada de lo femenino". En la película *Millennium 1: Los hombres que no amaban a las mujeres* de producción sueca y estrenada en el año 2009, Salander es una mujer de una

feminidad no-normativa. Sus acciones van encaminadas a restituir el derecho de las mujeres a la integridad física y a la igualdad frente a la posición dominante de los varones. Es bisexual, individualista, ha visto en la infancia los malos tratos infringidos por su padre a su madre y ella misma sufre el maltrato de hombres e instituciones, que la han hecho dependiente del sistema público de protección social, que la deja inerme frente a la depredación de un hombre malvado. Es un personaje que mira las instituciones y las normas de soslayo y se impone vivir al margen de ellas. Como las princesas de los cuentos, también tiene un don: memoria fotográfica y una extraordinaria inteligencia que emplea en el dominio de la informática. Es una mujer con cuerpo de adolescente, con una independencia considerada patológica y *extraña* en su entorno y que no se doblega ante un sistema que exige a las jóvenes mantenerse en un segundo plano. Lisbeth Salander no teme a la violencia, responde con violencia a la violencia masculina, venga los malos tratos y lo hace con un instinto de individualidad muy fuerte. No hay en estos textos un feminismo explícito o discursivo, pero sí lo hay en el desarrollo de la trama y en la empatía que produce un personaje por su fortaleza moral frente a la injusticia.

El caso de *Avatar* (2009), dirigida por James Cameron, es totalmente distinto. Lo que sorprende no es tanto la naturalidad con que aparecen mujeres poderosas y sabias, como el hecho de que una "estética femenina" esté presente en una obra de ciencia ficción, un género masculino por excelencia, tanto en literatura como en cine. Es novedosa para la ciencia ficción la creación de un mundo *hermoso* y delicado en un género que suele estar dominado visualmente por la exhibición de la degradación de la vida, la chatarra y de entornos poco naturales. En este tipo de películas dominan visualmente los colores fríos, metálicos: los blancos, los grises. Pensemos por un momento por ejemplo en *Matrix* (1999 dirigida por Lana y Lilly Wachowski) que consiguió también un gran éxito de taquilla: los personajes vestidos de negro, un mundo en proceso de destrucción o extremadamente tecnificado donde el estilema dominante es el negro y la oscuridad.

También podemos tomar como referencia otro clásico de la ciencia ficción como *Blade Runner* (1982), dirigida por Ridley Scott, hoy película de culto, en la que lo único que brilla y tiene luz son los neones de una ciudad en decadencia. En *Avatar*, sin embargo, vemos una naturaleza imaginaria desbordante, llena de luz y de vida. Un mundo que se contrapone a la realidad de los humanos, que han agotado sus propios recursos naturales y se lanzan a la aventura de robar los recursos ajenos en Pandora, una luna del planeta Polifemo, donde viven los Na'vi, una hermosa raza de seres de piel azulada y rasgos felinos. La recreación de la naturaleza Na'vi está *feminizada* por primera vez en la historia del cine de ciencia ficción. Es significativo también que este rasgo haya pasado tan desapercibido

para la crítica y el público, que han aceptado con aparente naturalidad dentro del género la reproducción de una naturaleza de cuento infantil, delicado y brillante.

Podemos tomar como metáfora de lo que ocurre en la cultura popular respecto a los géneros lo sucedido en los Premios Óscar del año 2010. Fueron candidatas a la mejor película *Avatar,* dirigida por James Cameron, y *En tierra hostil,* de Kathryn Bigelow. Aparte de la circunstancia anecdótica de que los directores habían estado casados, se produjo el hecho curioso de que él presentaba una película *feminizada*, mientras que el trabajo de Bigelow era una película de guerra al modo convencional, donde prácticamente no existían las mujeres. Da que pensar que el único premio en los ochenta años de los Óscar haya sido a una mujer que, en realidad, hace una buena película totalmente enmarcada en un género consumido sobre todo por los hombres.

En *Avatar* aparece, además, un tema clásico en la representación cinematográfica americana: el amor interracial, encarnado en un humano que toma un avatar de Na'vi para acercarse a esa cultura y convencerlos de que deben abandonar su tierra. La resolución del conflicto es también clásico: el amor del protagonista, el militar parapléjico Jake Sully por la protagonista Neytiri, triunfará sobre toda diferencia y salvará de paso a su cultura de la destrucción pretendida por los humanos invasores.

Hasta aquí lo prototípico en cuanto al género de la película, pero su riqueza está en que podemos ir más allá y analizar un texto cinematográfico que plantea un discurso reflexivo sobre temas que son hoy en día una preocupación pública, como la destrucción del medioambiente, o la relación perversa que en los últimos años se ha establecido entre las universidades, las empresas y los Estados, cuando ponen la investigación a disposición de los ejércitos o las grandes empresas depredadoras del sistema natural. Lo interesante no es que se trataran estos temas, sino que un productor y director de cine comercial y unos empresarios vieran con claridad que podían invertir 150 millones de dólares en márquetin de la película y tener éxito con una historia que es reconocible, aceptable y aplaudida por millones de personas. De hecho, *Avatar* sigue siendo a día de hoy la película más taquillera de todos los tiempos. Todo esto indica que temas que hasta el momento eran propios de las discusiones académicas van llegando al gran público a través de productos *mainstream*.

Y lo que decimos para el tema de la ecología ¿vale también para la cuestión de la representación positiva de las mujeres? Volvamos a la pregunta inicial: ¿habrá calado el discurso feminista de la igualdad de la misma forma y se verá con "naturalidad" una mujer en un plano de igualdad con los varones? Al ver la película, podría parecer que sí. Las tres mujeres que aparecen son fuertes y poseen una gran potencia representativa. Neytiri (Zoe Saldaña) es una mujer Na'vi guerrera. Ella es la experta, la que enseña los recursos para luchar al indefenso soldado

humano. Es un personaje, aún así, marcado por una fuerte racialización presente en la elección de la actriz. En este mundo, varones y mujeres están equiparados en habilidades, fuerza y características físicas muy similares.

El segundo personaje femenino interesante es la doctora Grace Augustine (Sigourney Weaver) que encarna la representación del mundo científico con *conciencia ética*. Esta película matiza el reproche actual de que la ciencia que se genera en los centros de investigación universitaria está al servicio de las grandes empresas, mostrándonos una mujer que no suspende sus principios ante los objetivos de investigación por sí mismos y se opone con contundencia a los planes torticeros y despiadados de Parker Selfridge, el encargado de obtener rentabilidad económica para las empresas implicadas en el robo del mineral que extraen de Pandora. La doctora Augustine es una mujer fuerte que trata a los hombres como si ella lo fuera también: no juega a obtener ventajas utilizando su feminidad, maneja armas y un vocabulario soez propio de los personajes masculinos. Es un personaje bien tratado en la ficción, aunque, eso sí, será la víctima que las ficciones de este tipo reclaman en una muerte casi sacrificial.

Otra mujer fálica es la piloto Trudy Chacón (Michelle Rodríguez), con la que James Cameron vuelve a visitar el estereotipo de mujer guerrera, la Teniente Vasquez, que había puesto en escena en *Aliens: El regreso*, ahora más dulcificada. La piloto de helicópteros, ruda y experimentada, cumple a la perfección el papel de militar renegado, que renuncia a formar parte de un colectivo cuando el poder que lo dirige pierde la capacidad de liderazgo para los suyos. Por último, otra gran figura femenina es la de Mo'at, madre de Neytiri y líder espiritual del grupo. Representa la fuerza de la sabiduría y el respeto a los conocimientos y saberes tradicionales. Mo'at es un contrapunto de gran dignidad frente al mundo científico y tecnificado. Es un reconocimiento a los valores de las tradiciones orales y la intuición en la vida humana. Cuando su propia hija duda de las buenas intenciones de su amante, es ella la que mantiene la fe en el personaje y en el futuro de la vida para su pueblo. Estas tres mujeres fuertes son representadas de forma muy positiva en áreas que eran una tradición masculina: la guerra, la ciencia y la religión. Este triunvirato imaginario da por hecho la presencia de mujeres en esferas en las que existían, pero en las que no eran reconocidas más que con papeles secundarios.

Podemos, por último, preguntarnos qué pasa con los varones. Ellos encarnan figuras positivas, pero también negativas y no niegan en ningún momento los valores masculinos. Sus roles están más diversificados, pero también su puesta en escena es convenientemente exagerada. El coronel Miles Quaritch es un personaje que acaba siendo desbordado por su propia ira y la necesidad de una venganza personal y que actúa como un auténtico descerebrado de cómic, víctima de las barbaridades que acomete. El protagonista es un hombre que aprende de la mano

de la mujer de la que se enamora que existen otros valores y otras formas de vivir sobreponiéndose al fracaso. El grupo de varones celosos del clan omaticaya son también muy significativos, por cuanto representan una faceta de la competitividad y los valores tradicionales de la fratría masculina.

Hay un punto crítico de la película, y es el tratamiento convencional que se les da a los hombres de la tribu, que en algún momento actúan como oponentes de la protagonista, ya que desconfían del "hombre blanco". En este sentido, la teórica Gayatri Spivak, decía que debemos desconfiar siempre de una lógica narrativa que nos presenta con naturalidad a los hombres blancos salvando a las mujeres de color de los hombres de color. Aquí no se puede decir que estemos exactamente en esa situación, pero es interesante que los guerreros Na'vi se muestren altamente masculinizados y agresivos porque sienten una rivalidad atávica contra aquel que llega de otro mundo para hacerse con el poder (y las mujeres) dentro de su comunidad.

En definitiva, podemos decir que, mientras los papeles femeninos adjudican a las mujeres nuevas formas de ser, comprender y actuar en el mundo, los estereotipos masculinos siguen estando dentro de la tradición representativa patriarcal. No aparecen más débiles o "feminizados", sino más bien enrocados en una posición y unos valores de la masculinidad completamente tradicionales.

El cine puede ser un espejo de la realidad, pero casi nunca lo es. Lo que no cabe duda es que es una maquinaria muy potente de creación de significados que pueden acabar convertidos en modelos de comportamiento personal o de representación de las aspiraciones sociales. Teresa de Lauretis decía que una de las cosas más interesantes que hace el cine es construir identidades sociales. Por eso, pensar en el cine, en los modelos que crea y en los vínculos que puedan existir sobre la realidad social, es uno de los objetivos de la crítica feminista.

9. LA SAGA *LOS JUEGOS DEL HAMBRE*: ¿POSTFEMINISMO O NUEVAS HEROÍNAS PARA TIEMPOS DE CRISIS?

> Debe haber personas entre las que podamos sentarnos y llorar y aun así, ser tenidas en cuenta como guerreras.
>
> Adrienne Rich

De las heroínas que nos han ofrecido la literatura y el cine en los últimos años, mi preferida es Katniss Everdeen, el personaje principal de la trilogía para adolescentes *Los juegos del hambre*. La obra tiene muchos aspectos interesantes, entre ellos, presentar a una guerrera que va mucho más allá del prototipo de heroína fálica, ya que no está hipersexualizada y sabe luchar y defenderse como lo hacen los hombres. Katniss Everdeen tiene también cualidades *femeninas* respecto al esquema dicotómico tradicional de los géneros: tiene espíritu de sacrificio, se preocupa de cuidar a los demás y siente empatía por los que sufren, algo que no era común en heroínas fálicas anteriores.

Los juegos del hambre es originariamente una saga de novelas escrita para un público adolescente (*young-adult fiction*) que tiene como base del relato una historia de amor entre jóvenes. En la obra, esa historia de amor existe, pero no es el motor dramático, ya que, a pesar de que se produce el típico triángulo (dos chicos que aman a la misma chica), este no se resuelve a la manera tradicional dentro del género. Tampoco las acciones de la protagonista están condicionadas por la pasión amorosa teñida de romanticismo propia de este tipo de películas, sino más bien por un sentido de obligación moral respecto a los suyos.

Los éxitos actuales de la literatura anglosajona tienen grandes posibilidades de ser llevados al cine o a la televisión en un período breve de tiempo. Es más, hoy día la prueba objetiva de que una novela ha conseguido un éxito de público es

que se convierta en un producto audiovisual. Además, debe conseguir seguidores web y ser tema de debate en foros y blogs sostenidos por un público que propicie discusiones de gran intensidad emocional sobre las interpretaciones de la obra. Hasta hace poco, que un texto entrara en la categoría de *best seller* dependía solo de cuántos lectores compraban un ejemplar, pero ahora el éxito se mide en circuitos que van más allá del libro impreso: las descargas de pago (y por lo tanto cuantificables) en Internet, las descargas en formato de audio-libro y un cálculo siempre aproximado de las descargas gratuitas. La trilogía *Los juegos del hambre,* escrita por Suzanne Collins, cumple con todos los requisitos de los *best seller* en la actualidad: no solo vende libros, sino que genera toda una serie de productos asociados al hecho literario envuelto en la producción de distintos textos culturales distribuidos en diversas plataformas on-line.

La primera novela de la trilogía *Los juegos del hambre,* fue publicada en Estados Unidos en 2008 y en los dos años sucesivos salieron al público las dos novelas siguientes: *En llamas* y *Sinsajo.* Estas obras fueron clasificadas como ciencia ficción para público adulto-juvenil. La autora, Suzanne Collins, era ya una escritora conocida en su país no solo como novelista, sino como guionista de televisión de programas infantiles y juveniles, lo que viene a explicar hasta cierto punto la gestación e influencia de la obra. En el año 2012 se estrenó la primera de las películas coescrita y coproducida por la autora, titulada como la novela *Los juegos del hambre* y dirigida por Gary Ross. La segunda entrega, *Los juegos del hambre: en llamas* se estrenó en el año 2013 dirigida por Francis Lawrence, un conocido director americano de vídeos publicitarios y musicales de famosas cantantes, como Lady Gaga (*Bad Romance*); Shakira (*Whenever, Wherever*); Beyoncé, *Run the World (Girls)*; Britney Spears (*Circus, I'm a Slave 4 U*); Avril Lavigne (*Sk8er Boi*); Jennifer López (*Get Right* y *Waiting for Tonight* o *Play*). Francis Lawrence es un director que ha contribuido a crear imágenes de empoderamiento de las divas del pop, que tanto éxito ha tenido entre las adolescentes del mundo entero. El mismo director fue el encargado de dirigir *Sinsajo. Parte I,* en el año 2014 y *Sinsajo Parte 2,* en 2015. El ritmo de producción cinematográfica de la saga, indica muy bien la ligereza del mercado del entretenimiento a la hora de producir películas de éxito. Las productoras (entre ellas la canadiense Lions Gate Entertainment) invirtieron en las cuatro películas 493 millones de dólares y recaudaron solo en taquilla 2 962. Es un buen rendimiento, si tenemos en cuenta que a este dinero hay que sumarle las ganancias derivadas de la producción de *merchandising*, videojuegos, etcétera. Un gran pastel del que las mujeres están tan excluidas como podían estarlo las actrices de Hollywood en los años treinta o cuarenta, ya que, como hemos comentado, las directoras, productoras, directoras de fotografía, etcétera, tienen un acceso limitado a las ganancias que generan estos éxitos cinematográficos.

La popularidad alcanzada por la película venía precedida de un éxito literario. Las tres novelas que componen la saga habían conseguido vender miles de ejemplares en el mundo entero. Traducida a veintiséis idiomas y distribuida en treinta y seis países, en tres años la saga superó las ventas de todas las novelas *Harry Potter*. Amazon anunció también que es el libro electrónico más vendido para Kindle (más de un millón de copias) y el audiolibro más vendido en su historia comercial. Asimismo, la versión en DVD ha sido distribuida más que *Avatar,* el último gran éxito cinematográfico de David Cameron, que sigue siendo la película más taquillera de la historia. La trilogía se mantuvo en la lista de ventas de libros de *The New York Times* durante más de cien semanas consecutivas a partir de septiembre de 2010. Se vendieron más de 26 millones de copias impresas y el primer día del estreno de la película se recaudaron 68,3 millones de dólares en un éxito sin precedentes. El interés para nosotros está en que es la primera obra de ciencia-ficción con una protagonista femenina que alcanza un gran éxito en la cultura *mainstream*.

La novela se encuadra en dos subgéneros: el *Bildungsroman* y la novela distópica. *Bildungsroman* es una palabra alemana que significa 'novela de aprendizaje o formación'. En las obras que se enmarcan en este subgénero, se narra el desarrollo moral, psicológico y físico de un personaje que transita desde la infancia a la madurez. El término fue acuñado por el filólogo Johann Karl Simon Morgenstern en 1820. Bajo esta denominación podríamos encuadrar obras muy distintas, que van desde *El lazarillo de Tormes,* publicada de forma anónima en el siglo XVI, hasta Karl Simon Morgenstern, de Goethe, publicada entre 1795-1796. El siglo XIX supuso la consolidación de este género, con autores como Charles Dickens, que con textos como *Great Expectations* (1860-1861) narraba de forma crítica el trato que se le daba a la infancia en la sociedad del momento. En el siglo XX la tradición continuó con novelas de gran éxito, como la polémica *El guardián entre el centeno* (1951) de J.D. Salinger, y que tuvo su continuidad en películas con gran aceptación de público como fueron *American Graffiti* (George Lucas, 1973) o *Mi chica* (Howard Zieff, 1991). La juventud, como construcción imaginaria, ha sido siempre una fuente de recursos de la cultura de masas.

En la literatura tradicional, las novelas de juventud eran un género entre otros. Con el desarrollo de la cultura audiovisual, la juventud y la belleza pasaron a ser los requisitos fundamentales de los personajes de ficción. Juventud y belleza son el binomio inseparable de los ideales estéticos de perfección corporal. Para las mujeres, este ideal es especialmente normativo y exigente. Casi todos los papeles para las actrices son para jóvenes, entre los dieciocho y los treinta y dos años. A partir de ahí, la vida profesional para las mujeres en el contexto de la producción audiovisual, es verdaderamente difícil. En el cine y la publicidad, las mujeres suelen encarnar personajes que son como diez años mayores de la edad que tienen

en realidad: una mujer de dieciocho anunciará las bondades de un cosmético antiarrugas de un personaje que está en la cuarentena, o una de cuarenta hará de abuela... Es muy interesante que esto no pase en *Los juegos del hambre*: la actriz Jennifer Lawrence fue contratada para el papel de una joven de dieciséis años cuando tenía veinte. Debe ser uno de los pocos casos que existen en la historia del cine que una actriz encarne un papel de un personaje más joven. Susan Collins, que estuvo implicada con el desarrollo de los guiones de las películas, afirmó que esto era un elemento muy positivo para la película, porque el hecho de que tuviera más edad la actriz que el personaje, aportaba "poder" a la narrativa.

Los juegos del hambre no es solo una saga de adolescentes. Ha sido también encuadrada por la crítica como "novela distópica", un subgénero de la ciencia ficción basado en las predicciones de un mundo futuro problemático plagado de diferencias sociales e injusticias. Este tipo de relatos tuvieron sus orígenes a principios del siglo XX con la publicación de *El talón de hierro,* de Jack London, en 1908. El género ha producido obras maestras como, *Un mundo feliz,* de Aldous Huxley (1932), o *1984,* de George Orwell (1948). Este tipo de novelas narran un futuro terrible para la humanidad marcado por la presencia de gobiernos totalitarios, desastres ecológicos y la deshumanización. *Los juegos del hambre* es el resultado de una confluencia entre la ciencia ficción distópica y las novelas de aprendizaje.

La trama gira en torno a una Norteamérica transformada en Panem, un territorio dividido en 13 distritos controlados por el Capitolio, que acumula riqueza y tecnología, mientras los demás sufren distintos niveles de pobreza y precariedad. Para que la gente no olvide que no deben levantarse en contra del poder del Capitolio, como había ocurrido antes (exactamente 74 años antes), todos los años, en cada uno de los distritos se elige por sorteo una pareja de jóvenes (chico y chica) de entre doce y dieciocho años que debe participar en un *reality* televisivo en el que lucharán a muerte hasta quedar un solo superviviente. La primera novela se centra en la supervivencia de la protagonista mientras que las dos siguientes narran la lucha por la libertad de los demás distritos respecto al Capitolio.

La saga cuenta la historia de Katniss Everdeen, una chica de dieciséis años del distrito 12, La Veta (especializado en la extracción minera), que ha tenido que asumir el rol de cabeza de familia con una hermana de doce años, y una madre débil de carácter y depresiva. Ella es la que proporciona el sustento cazando furtivamente con arco y flechas en el bosque con su amigo de dieciocho años, Gale Hawthorne. Cuando su hermana resulta designada en el sorteo, ella decide sustituirla, entrando así a participar en los juegos. Su compañero de distrito será Peeta Mellark, que la ama en secreto, y es uno de los polos del triángulo amoroso junto con Gale Hawthorne, si bien la historia de este triángulo tiene una función narrativa mínima en la primera parte de la trama.

La primera novela describe el proceso de los juegos: elección, preparación, desarrollo y conclusión. Termina con un final feliz (aunque amargo) en el que ambos participantes, contraviniendo la normativa de los juegos, consiguen salvarse juntos en un final abierto que prepara la continuidad de la novela siguiente. La historia discurre en tres espacios distintos. Está, por un lado, el distrito minero, dominado por la pobreza, el hambre, una policía brutal y un férreo control de medios de comunicación. Ese ambiente contrasta con el del Capitolio, la metrópoli dominada por el lujo, una sofisticación ridícula, y unos medios de masas que están por todas partes. El tercer espacio es la Arena (en alusión a los gladiadores romanos), un plató gigantesco de televisión con realidad virtual donde se desarrollan los juegos. En la primera parte, el escenario es un frondoso y exuberante bosque que esconde terribles peligroso. Este espectáculo natural está controlado por unos técnicos-demiurgos que la alteran a conveniencia del espectáculo. El buen espectáculo es siempre el sangriento. Esta fórmula reproduce el ambiente de los programas de telerrealidad en los que se somete a los participantes a un sufrimiento controlado, llevándolos a veces a los límites del sufrimiento corporal y psicológico. En todo esto hay una crítica implícita a esta forma de hacer televisión que hace del sufrimiento y la competitividad extrema un juego intrascendente.

Los personajes están divididos entre los pobres de los distritos y los que pertenecen al Capitolio. El principal, como ya hemos indicado, es Katniss Everdeen, caracterizada como fuerte, protectora, reflexiva, cuidadora, aunque un poco áspera en la interacción personal. Las manipulaciones físicas necesarias para que una mujer se convierta en *femenina* a ella le parecen una tortura y su don principal es el manejo del arco para cazar. Su carácter es voluntarioso, decidido, controla el miedo, es solidaria y empática con los más débiles, con los que sabe ser dulce y protectora. La protagonista no se deja llevar en ningún momento por la tentación de hacer todo lo que quiere el público. Es un personaje totalmente carente de egolatría.

Es una heroína con valores morales propios de la juventud, porque no ha perdido la fe en ellos. Cree en la justicia, en la igualdad y en llegar a alcanzar un cambio que mejore la situación de toda su comunidad. Todas estas características han hecho de esta cinta un documento adecuado para la educación formal. En Estados Unidos, por ejemplo, se han publicado muchos artículos académicos sobre lo acertado que puede ser utilizar estas películas no solo para la alfabetización audiovisual, sino para tratar temas sociales, como la espectacularidad de la violencia, el rol del entretenimiento en nuestras sociedades, la explotación infantil en el trabajo y en las guerras, la explotación sexual, los efectos del conflicto bélico, la diferencia entre la violencia representada y la real, los riesgos de las

alteraciones genéticas, la crítica a la cirugía, el uso de la propaganda y un largo etcétera.

Entre todos esos temas es muy importante la crítica a la banalización de la violencia en los medios de comunicación, un proceso que no ha parado de aumentar desde que se inventó el cine en el siglo XIX. En relación con este tema hay una crítica a la televigilancia y la manipulación de la imagen de una persona como herramienta de represión social que puede tener consecuencias amargas, tal como formuló George Orwell: "Big Brother is watching you", en el momento en que ese instrumento no se utilice solo para controlar la delincuencia, sino la ideología disidente de un sistema político.

Tanto en la novela como en la película hay una crítica feroz a la frivolidad del mundo de la imagen. La muerte, convertida en un espectáculo, es macabra solo para el grupo que la padece. Para los demás, es un disfrute intrascendente y al mismo tiempo morboso del sufrimiento ajeno. En 1991 leí un libro recién traducido de un profesor americano llamado Neil Postman, que estuvo muy de moda entonces, titulado *Divertirse hasta morir* que era una crítica a la transformación de la relación que está viviendo el ser humano con el conocimiento del mundo, debida sobre todo a la televisión. Postman argumentaba que la televisión estaba teniendo consecuencias graves, sobre todo, en la gente joven, que perdía el placer de saber, y la idea de que el conocimiento se puede transformar en sabiduría para el buen vivir. Los nuevos medios *empaquetan* la información de forma instrumental para usar y tirar y, sobre todo, la envuelven siempre con diversión y banalidad. Vivimos en el imperio de lo divertido impuesto como única actividad motivadora. Nuestra sociedad da por hecho que todo tiene que ser divertido, desde la educación formal al mundo del trabajo. La televisión nos forma para que busquemos en todas partes la diversión que nos distraiga de las obligaciones morales, de las funciones políticas y de la conciencia histórica. Los funcionalistas llamaron a esto en los años cuarenta 'disfunción narcotizante': la televisión nos informa de todo y confundimos la información que recibimos tranquilamente sentados en el sofá de nuestras casas con la acción política.

"¿De qué nos reímos y por qué hemos dejado de pensar?", se pregunta Neil Postman al comienzo de su texto. Esa frase es también un buen resumen crítico de lo que se plantea en la saga *Los juegos del hambre*. Los medios nos controlan, no a la manera de El Gran Hermano, diciéndonos qué tenemos que hacer, sino anestesiándonos a base de entretenimiento morboso. La represión no está tanto en el control como en el divertimento y la frivolidad para distraer a la gente de sus posibles responsabilidades sociales y políticas.

Esta trilogía ha tenido una buena acogida por la crítica especializada, aunque tampoco han faltado los ataques por su simpleza narrativa y verbal, así como por su previsible estructura de *best seller*. También se ha cuestionado su originalidad,

ya que el argumento tiene cierta relación con la novela *Battle Royale,* de Koushun Takami, publicada en 1999, también llevada al cine y más tarde convertida en manga, de gran éxito en Japón. La autora ha negado en todo caso esa influencia, aunque sí que reconoce otras como la educación recibida por su padre, experto historiador militar, su trabajo como guionista de televisión, así como lecturas clásicas como los mitos de Teseo y el Minotauro, la diosa Diana Cazadora o de las historias de gladiadores, junto a otro libro esencial en el terreno de la literatura de formación juvenil en el ámbito anglosajón como es *El señor de las moscas,* de William Golding. El texto está lleno de "ecos" de otros relatos que van desde la ciencia ficción de películas, como *La máquina del tiempo* (George Pal, 1960), hasta escenas de leyenda, como el disparo de una flecha sobre una manzana que aparece en distintas historias del folklore alemán desde el siglo XII (conocida con el nombre de 'Apfelschuss') y cuya versión más famosa es la leyenda suiza de Guillermo Tell. No cabe duda de que es un texto muy rico en referencias literarias y culturales en general, que son reelaboradas e integradas de una forma aparentemente fácil y coherente.

9.1 El reconocimiento de la fuerza

Esta saga ha producido grandes debates acerca de si es feminista o no, sobre todo en relación con el estereotipo de heroína femenina. ¿Encarna o no los ideales de libertad e igualdad que el feminismo propone para las mujeres? ¿Perpetúa los estereotipos asociados a la feminidad guerrera de la literatura y el cine de los últimos tiempos al modo de las guerreras fálicas? Nuestra tesis es que el modelo que se propone con Katniss Everdeen va más allá de las heroínas propuestas en textos anteriores de los años noventa y dos mil. Es cierto que no hace gala en ningún momento de "feminismo" de forma explícita, pero sí resulta un modelo positivo para las mujeres jóvenes, en el sentido de que plantea, sin que medie ninguna contradicción, la posibilidad de utilizar la fuerza física para su supervivencia y el reconocimiento de valores tradicionalmente femeninos, como los cuidados, la empatía y la posibilidad de construirse una identidad positiva, dejando a un lado la exaltación de la belleza como valor propiamente femenino. Katniss no es una mujer con aspecto de travesti masculino, que era lo que algunas veces parecían las heroínas fálicas. Es un personaje que no contradice los modelos más tradicionales de feminidad.

Como hemos comentado en otro capítulo, parte de la crítica feminista de medios aplica siempre una teoría de la sospecha a los productos de éxito. ¿Será *Los juegos del hambre* postfeminista? El postfeminismo es un término que se utiliza

con un matiz negativo para hablar de forma general y difusa sobre el sentimiento de las mujeres jóvenes de los años noventa respecto al feminismo. Para esta generación las luchas por la igualdad fueron algo propio de la generación de sus madres, algo caduco porque ya se había conseguido la igualdad para las mujeres. Pese a todo, la sombra de la ética feminista está sobre ellas, recordándoles que el patriarcado existe y sigue marcando la identidad de las mujeres.

El término alude también a una ruptura con la teoría y las prácticas feministas de la Segunda Ola. Para las jóvenes de los noventa, los medios de masas no son ese territorio que hay que criticar y despreciar, por machista y patriarcal, sino que pueden ser incluso una referencia para construir su identidad social y una fuente de empoderamiento personal. Existe, por lo tanto, en todo esto un elemento generacional muy importante. Un ejemplo lo encontramos en el debate público emprendido por Rebecca Walker (fundadora de la ONG Third Wave Feminism en 1995) con su madre, Alice Walker (autora de *El color púrpura*), en el que se planteaba la diferencia de ser mujer y feminista en dos momentos distintos de la historia.

Es significativo también que el propio término "postfeminismo" se haya divulgado sobre todo a través de textos que circulan en los medios de comunicación y no en el ámbito académico. Por ejemplo, la exitosa serie de televisión *Sexo en Nueva York* ha sido sistemáticamente calificada de ese modo. El periodismo especializado ha etiquetado como 'postfeministas' las narraciones sobre mujeres que, por un lado, han asumido unos roles de independencia individual y personal, pero ignoran totalmente el discurso feminista tradicional. Los personajes casi nunca hablan de opresión, patriarcado o sometimiento y, cuando lo hacen, es para hacer notar que es una herencia ya caduca que hay que dejar atrás, porque lo importante es vivir en una búsqueda legítima de satisfacción personal. Los 90 son también los años del *girl power*, que significó que muchas mujeres jóvenes consiguieron una gran visibilidad y éxito mediático a través de productos de masas, como fueron las Spice Girls en la música popular, *Buffy la cazavampiros* o *Xena*, auténtico icono feminista y lesbiano, lo que generó una difusa sensación de *éxito*, por cierto, muy parecido al que ahora estamos viviendo en el movimiento feminista.

En el ámbito académico la etiqueta postfeminista no ha gustado demasiado. En algunos casos o bien se asocia con el pensamiento posmoderno y con el fin de las grandes dialécticas modernistas, o bien se concibe como una evolución del feminismo post-estructuralista que, en ocasiones, se ha mostrado anti-academicista. Tres teóricas han sido sistemáticamente calificadas de "postfeministas": Naomi Wolf, con su texto *Fire with Fire: New Female Power and How to Use it* publicado en 1994; Camille Paglia, en *Vamps & Tramps. Más allá del feminismo* (2001 en España) y Rene Denfeld, *The New Victorians. A Young Woman's*

Challenge to the Old Feminist Order publicado en 1995. Estas autoras argumentaron que escriben estos textos para luchar contra la victimización y la falta de autonomía que el feminismo había proyectado sobre las mujeres. Su objetivo era apelar a la responsabilidad individual de otras en su vida pública y privada para que se sintieran capaces de mostrar una actitud *sex-positive*. Los modelos de las mujeres jóvenes que proceden de los medios de comunicación aportan un nuevo espacio simbólico positivo porque ya se había conseguido la paridad en la representación. Por fin las jóvenes tienen figuras por las que guiarse para construirse una identidad social exitosa. Películas como *Thelma y Louise* (1991), o personajes fuertes y valientes, como el que interpreta Gena Davis en *La isla de las cabezas cortadas* (1995), se convirtieron en modelos de empoderamiento. Según ellas, su éxito ha sido tal, que los varones blancos resultan minusvalorados en la ficción, lo que ha producido una quiebra en la autoridad hegemónica que hasta hace poco mantenían no solo en lo social, sino también en lo representativo. Quince años después de la publicación de todas estas obras está claro que la paridad en la vida social sigue siendo un horizonte que no se alcanza nunca. Estos libros, bienintencionados con las mujeres jóvenes que pretendían mostrarles cuán poderosas pueden ser en su entorno, ignoran las realidades duras que siguen imponiéndose en la vida de las mujeres de carne y hueso.

Otras teóricas, como Angela McRobbie, piensan que lo que ha estado ocurriendo es que el feminismo había calado dentro del lenguaje de los medios. Conceptos como “empoderamiento” o “violencia de género” están incorporados en los planes y líneas institucionales de muchos gobiernos, pero también en manifestaciones de cultura popular o mediática. Ese proceso de difusión de las ideas feministas puede haber supuesto una forma de banalización, neutralizando su sentido político como motor de la acción colectiva reivindicativa. Un ejemplo lo podemos ver en uno de los iconos de la música pop de los años 90: el grupo británico Spice Girls. Sus componentes en su autobiografía colectiva (*Girl Power!*), dijeron: “El feminismo se ha convertido en una palabra sucia. *Girl power* es solo la manera de los noventa de decirlo. Podemos dar al feminismo una patada en el culo”. Lo interesante de esta frase no es tanto el desprecio al feminismo, sino que lo tengan en cuenta, y que reflexionen sobre él a la hora de construirse identidades públicas supuestamente atractivas para las jóvenes. Otro caso interesante, que comenta también McRobbie es el ocurrido con la famosísima novela llevada al cine con gran éxito *El diario de Bridget Jones,* de Helen Fielding que generó un auténtico furor por representar las supuestas cuitas de la feminidad posmoderna. La protagonista de la novela es una mujer treintañera que se enfrenta no solo a un contexto competitivo capitalista, sino también a los ideales que para ella habían fabricado las malhumoradas feministas de la generación anterior. En algunos momentos de la película, Bridget tiene que vencer la culpa por el placer que siente

por disfrutan de la felicidad que le produce el consumo y la autonomía individual. Para McRobbie, esto es una estrategia del capitalismo individualista, que separa a las jóvenes de la posibilidad de formar parte de una tradición feminista. La visión de esta autora es para mí mucho más interesante que la de aquellas que simplemente prometen a las jóvenes un mundo feliz si olvidan que existe la opresión patriarcal o, al menos, hacen que no existe y toman la vía hedonista individual hacia la satisfacción personal que proporciona el consumo y la vida urbana.

Los noventa fueron de un gran optimismo no solo en la ficción mediática. Se vivieron unos años calificados de 'Tercera Ola de feminismo', en los que una generación joven pensó que, gracias a las nuevas tecnologías de la información, el mundo iba a dar un vuelco radical hacia la igualdad social y la justicia por el mero hecho de que la producción, la circulación y el consumo de información se iba a *democratizar*. Mientras tanto, lo que ocurría era más bien todo lo contrario. Por ejemplo, los niveles de sexualización de las mujeres en el mundo audiovisual aumentaron de manera exponencial. Este optimismo estaba también en otras manifestaciones culturales no tan populares, ligadas a las vanguardias artísticas, por mucho que este tipo de grupos haya querido desmarcarse siempre de la formación académica. Las Riot grrrl y el grupo VNS Matrix, son dos ejemplos de cómo los colectivos jóvenes adoptaron los códigos de la *alta cultura* en sus narrativas sobre las formas de ser mujer a finales del siglo XX. También en estos colectivos hubo un gran optimismo. Se pensó que las redes sociales y la creatividad feminista, volando libres en el ciberespacio, podrían cambiar el mundo. Como he comentado en el párrafo anterior, la tarea sigue pendiente. Nos comunicamos más, constituimos redes de conocimiento y apoyo mutuo, incluso podemos actuar como una fuerza política muy visible en los medios, pero de ahí a que esté todo conseguido para la lucha feminista, hay un gran recorrido.

En la actualidad, las cosas han cambiado. La crisis económica ha golpeado duramente el entorno europeo y, sobre todo, a los países más pobres de la zona, entre los que podemos incluirnos. Es una ingenuidad pensar que las feministas ya no tenemos por qué luchar. Ahora ya sabemos que las formas de empoderamiento representativo que nos dan las ficciones mediáticas no siempre tienen relación con la eliminación de las diferencias y la discriminación. También sabemos que estas formas de *empoderamiento* en la representación no dejan de ser escasas en la cultura popular, que sigue siendo profundamente misógina y en la que pervive la utilización del cuerpo femenino como moneda de intercambio en el negocio audiovisual.

Katniss Everdeen, como personaje, está muy lejos de ser postfeminista. En ella no hay meta-discurso sobre el significado de ser mujer o femenina. Ella actúa y lo hace motivada no por la competición en sí o por salvar al mundo. Actúa movida por lo que tiene cerca, por lo cotidiano, por salvar su casa. No es tanto una líder,

una heroína, como un símbolo político a su pesar. Se transforma sin querer en un objeto espectacular para la mirada de la cámara. Pero no disfruta con ello ni con la fantasía de sentirse poderosa porque es bella. Y, sobre todo, no sucumbe a la tentación de sentirse parte del espectáculo.

9.2 ¿Una nueva heroína para tiempos de crisis?

Han pasado casi diez años del estallido de la crisis en el año 2008. A estas alturas ya no somos ni posmodernas ni postfeministas. De hecho, estamos asistiendo a una revitalización de las agrupaciones de mujeres y a una gran visibilidad pública de las reivindicaciones feministas. Muchas jóvenes ven como una ficción del pasado el *girl power* y las heroínas fálicas de los noventa se perciben como completamente artificiales. Aquellas mujeres fálicas (*Los ángeles de Charlie, Xena, Catwoman* o *Lara Croft)* no son referencias edificantes en un mundo donde el paro y la amenaza de la pobreza vuelven una vez más a golpear en especial a las mujeres. Unas mujeres que tienen tanta o más formación académica que los varones y a las que se les congela la sonrisa frente a las mujeres maltratadas en la ficción. La situación social está suponiendo la vuelta a los discursos políticos y, si bien todavía no tenemos claro en qué sentido esta crisis está incidiendo en los discursos feministas, sí podemos aventurarnos a prefigurar cómo está influyendo en la ficción popular y su capacidad de representarnos.

En otro capítulo, expusimos que, en novelas y películas como *Avatar* o la trilogía *Millennium,* comenzaron a aparecer personajes y situaciones en las que los valores feministas se daban por sentado. Estas historias narran las vicisitudes mujeres que temen la violencia, pero la usan. No están hipersexualizadas, y no dan esa sensación de travestis del género, que representaban personajes con cuerpos hiperfemeninos y comportamientos hipermasculinos, como Lara Croft o Los Ángeles de Charlie. Katniss Everdeen es una figura del mismo tipo, ya que transita con naturalidad en el imaginario de las nuevas guerreras que no tienen que dejar de ser mujeres para resultar creíbles.

La protagonista de *Los juegos del hambre* es experta en el uso del arco y las flechas, pero en ningún momento es despiadada con aquellos a los que combate. Nunca hay ensañamiento, ni llega a jugar con la empatía de los lectores cuando comete actos violentos, que son siempre motivados. No quiere ser madre porque no quiere que sus hijos vivan el mundo de injusticia que ella vive y, sobre todo, puede controlar sus impulsos. Mientras se está preparando para los juegos, pregunta: “¿Qué tengo que hacer para ganar?” “Caerle bien al público” es la respuesta de su entrenador, algo que le cuesta y no es natural en su personalidad. Aun así,

consigue hacerlo. Katniss es capaz de utilizar el engaño cuando lo considera necesario para sí misma o para los que cuida. Sus movimientos físicos no son nunca exagerados o "espasmódicos", tipo Lara Croft o Beatrix Kiddo de *Kill Bill*. La contención domina sus acciones. En la película, su sonrisa no es nunca abierta, ni utilizada para engañar a los demás. La acción está movida estructuralmente desde el principio con una serie de auto-mandatos: ella se impone proteger y alimentar a su familia y, después, sustituir a su hermana como tributo en los juegos. No hay aquí ningún padre o jefe que imponga o indique el camino que tiene que seguir.

Las novelas están escritas en un estilo muy directo, con un vocabulario muy sencillo y sin alterar el orden cronológico de los sucesos. Son obras donde se describen más las acciones que los sentimientos de la protagonista, a la que mueven sus cualidades de cuidadora de una madre depresiva y una hermana más joven, que sí se ajusta al estereotipo de adolescente sentimental y emotiva. Katniss Everdeen provee de alimento a la familia, cuida a sus compañeros y muy especialmente a su compañera de juegos Ru, que muere en sus brazos y ante la que se disculpa por no haberla podido proteger. En la película la música heroico-romántica suena precisamente en esa escena y no en las amorosas, que son escasas. Por otra parte, no es solo una mujer que lucha en un contexto de hombres, como solía ocurrir con heroínas anteriores. En el mundo de Katniss hay mujeres que son amigas y con las que muestra empatía y solidaridad. Su amiga Madge a la que está unida en un lazo implícito y silencioso, y cuyo mutismo es la antítesis del estereotipo de las adolescentes que aparecen en las películas envueltas en una cháchara vacía e interminable.

En cuanto a las relaciones amorosas, Katniss Everdeen se aleja tanto de las heroínas fálicas como de aquellas adolescentes movidas por la pasión amorosa de sagas tipo *Crepúsculo*. En las primeras no era importante; en las segundas, la pasión amorosa era el motor de la protagonista, a menudo inmersas en un triángulo amoroso. Katniss, en cambio, parece en principio renunciar al amor romántico. Lo siente lejano: "Entre Gale y yo nunca ha habido nada romántico", dice en una ocasión. El amor romántico es una presencia que ella siente que debe tener en cuenta, pero que no consigue motivarla. No hay enamoramiento pasional en ningún momento de la obra y la decisión de unirse, al final de la saga a uno de los protagonistas, parece más un final convencional, en el que la protagonista va asumiendo la "normalidad" de la vida, que un acto arrebatador de pasión y enamoramiento. Frente a novelas de adolescentes tipo *Crepúsculo*, donde los deseos sexuales de los protagonistas están siempre presentes, porque son imposibles de realizar. Como otras adolescentes, la protagonista es una virgen, que acabará siendo madre al final de la obra sin que su desarrollo afectivo o emotivo sea interesante para la narración.

Por último, queremos destacar también la cuestión de la belleza física, que era un requisito de las heroínas guerreras. Katniss está descrita a lo largo de la novela como una "chica normal", sin cualidades de belleza excepcionales frente a otras mujeres. Además, es escéptica con todas las manipulaciones corporales a las que la someten para adaptarse a los cánones de belleza del Capitolio. Se resiste a ser tratada como objeto bello y más bien se resigna a convertirse en un símbolo de liberación para los distritos. En este personaje no existe el hedonismo personal, no hay disfrute por el consumo de objetos bellos o sofisticados. El personaje subvierte la fantasía propia del período pre-crisis que asociamos al *girl power* de los años noventa, un momento en el que se creó la imagen de que, a base de consumo, individualidad y hedonismo las diferencias con los hombres podían dejar de existir. Esa fantasía difícilmente se sostiene hoy y los discursos de los jóvenes vuelven a ser a la fuerza más políticos, ya que tienen que trabajar en una nueva forma de articular las luchas colectivas.

10. ÉPICA FEMINISTA: *OUTLANDER*, UNA HEROÍNA VIAJANDO EN EL TIEMPO

Para las mujeres cualquier privilegio es relativo.
ADRIENNE RICH

Las mujeres hemos aprendido a vivir en un mundo en el que no existe una épica femenina y mucho menos feminista. Esto es una tragedia simbólica porque nos educamos a base de imitar modelos que nos resultan atractivos. Posiblemente desde el Romanticismo, la idea de la imitación como un valor formativo entró en crisis desplazada por la idea del *genio* individualista, único y, por supuesto, masculino. En las últimas décadas con el desarrollo del capitalismo informacional, estas ideas se han difundido por el imaginario social de un modo bastante curioso: no solo los genios son creativos, sino que creativos y emprendedores somos todos.

Hasta hace poco tiempo, si una niña pensaba en tener éxito profesional en su vida adulta, tenía que volver su mirada hacia modelos masculinos en cualquiera de las áreas en las que pusiera sus esperanzas de triunfar, a no ser que quisiera ser modelo o actriz. Incluso en las profesiones históricamente feminizadas, los mejores cocineros, peluqueros o modistos son los hombres, por mucho que las mujeres se hayan matado cocinando, peinando o cosiendo durante cientos de años. El "experto", el "artista", el "genio", es masculino.

Que no hayan existido modelos de heroicidad femenina en la ficción es una cuestión importante. Algunas mujeres con las que he hablado de mi generación, por ejemplo, dicen que no ha sido trascendente para ellas el hecho de no haber tenido modelos femeninos en la literatura, en los cómics o en las películas porque

disfrutaban igual de los masculinos. Leían con sus hermanos *Superman* o *El capitán Trueno* y se lo pasaban muy bien. Y sí, claro que podemos disfrutar hombres y mujeres de cualquier personaje o situación de ficción, sobre todo porque ese es el lugar donde más se nos consienten los juegos de *travestismo* psicológico. Ese no es el problema. El problema está en que el espectador, el lector que hay implícito en el texto, el destinatario es siempre un varón. Cuando un autor o una autora crea un texto, lo hace partiendo de lo que se denomina un 'horizonte de expectativas', que incluye suposiciones sobre quién es su receptor, qué capacidades de lectura tiene, de qué cultura dispone para entender su texto, etcétera. Cuando el destinatario implícito es siempre una figura masculina se produce una exclusión de las mujeres del orden simbólico que colabora de una manera muy eficaz con la construcción del orden patriarcal.

En la actualidad, los medios se esfuerzan en darnos imágenes de mujeres *empoderadas* en el mundo de la política, de la ciencia o de los propios medios de comunicación. Sobre todo si se acerca el 8 de marzo, día Internacional de la Mujer, los informativos se llenan de historias de mujeres de gran coraje del pasado y del presente. Queda bien *visibilizar* a las mujeres, darles voz y dejar que "se quejen" de su condición. Y ese es el drama, casi siempre las mujeres aparecen en los medios por su condición de ser mujeres: dejémosles un espacio para que digan durante un rato lo que quieran, que escriban sus cuadernos de quejas, que pasados los fastos correspondientes, todo volverá a su lugar.

Mientras tanto, la ficción se ha ido llenando en los últimos tiempos de historias interesantes de heroínas femeninas (no tanto feministas). Tenemos la sensación de que algo está cambiando para las niñas que no solo disponen de las princesas Disney tradicionales, trasuntos de niñas buenas y guapas que triunfan sobre el mal y consiguen al famoso príncipe que las despierta para la vida amorosa. Ahora pueden ver por ejemplo, *Brave* (2012), una historia de la relación madre-hija en el proceso de devenir adulta; *Frozen* (2013) es un drama entre hermanas, más que una historia de amor, o *Maléfica* (2014), que supone la reconversión de la antagonista de *La bella durmiente* en heroína. Estos cambios son de verdad interesantes. Todo lo que sea ampliar el abanico de estereotipos y situaciones narrativas en la ficción es positivo.

Los productos de ficción no han sido nunca amables con las feministas, con las sufragistas, con las mujeres que han desarrollado luchas épicas contra entornos hostiles. Hay muy pocas historias heroicas de mujeres que han luchado por conseguir la igualdad en la cultura popular. Más bien, su desprestigio es histórico. La misoginia del siglo XIX se cebó en las sufragistas, tachándolas de mandonas, resentidas y violentas, un estereotipo marcado a fuego en la cultura popular que ha llegado hasta nosotras: una feminista es un ser feo, malhumorado y resentido con los varones. Todavía en el año 1964, en la película de *Mary Poppins* aparece

el estereotipo de la sufragista inglesa de clase alta que abandona a sus hijos en el hogar para ir por la calle con sus amigas reivindicado frívolamente el voto. La institutriz tendrá que cubrir su vacío maternal hasta que la madre, contrita, regresa al hogar y al cuidado de sus hijos.

También el cine o la prensa de los años sesenta y setenta arremetió contra las *feministas radicales*, calificándolas de agresivas e incluso de 'poco femeninas'. La moda de las películas de psicópatas y asesinos en serie de los años 70, podemos interpretarla como un signo de la misoginia anti-proyecto emancipador de las mujeres. En 1960 se estrena *Psicosis,* la película de Tobe Hopper que convirtió el asesinato de una mujer en un placer hipnótico para los espectadores. Desde *La matanza de Texas* (1974), dirigida por Alfred Hitchcock, a las recientes series *Bates Motel* las víctimas preferidas son mujeres descuidadas que reciben una muerte espectacular a manos de un enloquecido asesino. En este contexto hostil a la representación del empoderamiento femenino surgió en Nueva York en 1985 el colectivo Guerrilla Girls para reclamar una mayor presencia de las mujeres en el arte. Una de sus reivindicaciones principales fue denunciar la falta de mujeres en la industria de Hollywood y reclamar que se hiciese al menos una película sobre el movimiento sufragista.

Poco podemos decir que se haya hecho por la igualdad en el cine comercial. Hemos tenido que esperar al año 2015 para ver en cartel la producción británica *Sufragistas*, dirigida por Sarah Gavron. Esta película recibió buenas críticas en la prensa especializada, pero duró un tiempo relativamente breve en las salas de exhibición comercial. Fui a verla a unos multicines de una ciudad española durante las vacaciones de Navidad de ese año. Miré la programación en un periódico y, luego, en Internet. Me desplacé en coche varios kilómetros, hice una cola de media hora en la taquilla, inquieta porque no la veía anunciada por ningún sitio y, cuando llegué al mostrador de venta de entradas, me dijeron que habían retirado la película, porque esos días "hay mucha gente que prefiere ver *Star Wars: El despertar de la fuerza*". Así que en ese momento tuve que dar media vuelta y quedarme sin verla. Es una simple anécdota de un mal funcionamiento comercial de una sala de cine. Podemos calificar el hecho incluso de comportamiento comercial fraudulento, pero lo importante es el valor simbólico que tiene. Las cosas *de mujeres* pueden ser retiradas sin problemas, porque se supone que solo les interesan a ellas.

10.1 TRISTES HEROÍNAS

Si bien es verdad que la heroicidad feminista no existe en la cultura popular, el heroísmo femenino ha existido siempre, aunque con tintes muy distintos del masculino, ya que está en proporción directa con la capacidad de sufrimiento de las mujeres. Su reconocimiento depende de su entrega a los amantes, a los familiares o a su grupo social. Madres, esposas, hijas, amantes de hombres (que, en muchos casos, no estaban a la altura del poderío femenino), eran el prototipo de heroína del cine de la primera parte del siglo XX. La película muda *Street Angel* (Frank Borzage, 1928), *Lo que el viento se llevó* (Victor Fleming, George Cukor y Sam Wood, 1939) o *Juana de Arco* (Victor Fleming, 1948) son ejemplos de lo que podía ser el sacrificio modélico femenino y también de los castigos simbólicos a los que pueden ser sometidas las mujeres que no cumplen con su papel.

A partir de los años setenta, de forma paralela al desarrollo de la Segunda Ola de feminismo, las heroínas pasaron a ser una copia de los valores asociados a la masculinidad (la fuerza, la capacidad para usar armas, el actuar de forma racional y no pasional), como si las mujeres sufriesen una suerte de travestismo de género. Como hemos comentado en el capítulo anterior, un ejemplo es la Teniente Ripley de *Alien, el octavo pasajero* (Ridley Scott, 1979). En los años noventa, cuando el postfeminismo, el ciberfeminismo, las teorías sobre las nuevas identidades sexuales iban tomando forma, en los medios de comunicación se pusieron de moda las mujeres *empoderadas*, pero no por tener valores feministas, sino por disfrutar de recursos que hasta ese momento habían sido masculinos: tenían trabajo, dinero, libertad sexual, accedían al consumo, eran jóvenes y bellas y, sobre todo, estaban plenamente capacitadas para disfrutar de la vida urbana en libertad. Era el período del *girl power* que tenía un trasunto televisivo en series que ya no son románticas, sino de aventuras o de ciencia ficción. En esos años las pantallas de televisión se llenaron de heroínas hipersexualizadas, como *Xena: la princesa guerrera* (1995 al 2001) o *La femme Nikita* (1997-2001). Estas heroínas eran *outsiders* del poder y la autoridad, y sufrían una suerte de travestismo: poseían cuerpos saturados de feminidad estereotipada, mientras adoptaban cualidades propias de la masculinidad triunfante en las pantallas. Sus atributos principales eran el uso de la fuerza física, la toma de decisiones basadas en la razón y no la emoción y el uso de las armas de fuego.

Otra vuelta de tuerca al modelo de heroicidad femenina, se produjo en los últimos años (desde 2008), en los que se desencadena una grave crisis económica y cultural, que ha dado lugar a la aparición de nuevas heroínas que llegan incluso a renunciar a la belleza o a la fuerza masculina, como Lisbeth Salander en la saga literaria *Millennium,* escrita por Stieg Larsson, que serían llevadas al cine en un plazo breve de tiempo. Es este un modelo de mujer que genera inquietud, sobre

todo, porque ya no es una heroína bella. Es una mujer joven normal, pero inadaptada, bisexual, puede ser violenta y vivir sola, es inteligente y profundamente "rara en su comportamiento y apariencia". La industria cultural ha descubierto la rentabilidad de representar mujeres inteligentes, pero da la sensación de que los creadores se sienten en la obligación de neutralizarlas simbólicamente haciendo de ellas personajes problemáticos. ¿Cómo lo hacen? Por un lado respetando y destacando su capacidad para el trabajo: son inteligentes y tenaces, y por otro reduciéndolas emocionalmente. La brillante doctora forense Temperance Brennan en la serie *Bones* (2005-2017), la policía Sonya Cross de la serie *The Bridge* (2013-2014) o la Carrie Mathison de *Homeland* (2011-2017) son ejemplos de neutralizaciones del poder femenino en la ficción. Como uno de los valores femeninos por excelencia es la empatía (en la forma estereotipada en que nos enseñan a pensar), todos estos personajes tienen dificultades para comunicarse e interactuar con los demás.

10.2 Ellas lo tienen todo

En los últimos tiempos, sin embargo, han aparecido algunas heroínas que lo tienen todo: son bellas, inteligentes, emocionalmente equilibradas, libres y triunfadoras en un mundo de hombres. Este es el caso de Claire Beauchamp (también Claire Fraser), la protagonista de la serie *Outlander* (2014), que ha sido referenciada en la prensa como "serie feminista", como si ese calificativo hubiera dejado de ser, por fin, algo negativo. Aunque no he realizado ningún análisis narrativo en ninguno de los capítulos de este libro, en este caso creo que merece la pena desgranar el argumento de la obra.

Esta es la historia de Claire (Caitriona Balfe), una enfermera británica que nada más terminar la II Guerra Mundial, se reencuentra con su marido, el historiador Frank Randall. Juntos se van a vivir una segunda luna de miel a Escocia, mientras él indaga en la historia de un antepasado, que fue capitán inglés en la zona de Inverness en el siglo XVIII. En una de sus excursiones, Claire encuentra un lugar mágico (Craigh na Dun), un portal temporal desde el que, sin saber cómo, es transportada en el tiempo al año 1743. Ese fue un momento significativo en la historia de Escocia porque es cuando el sistema político organizado a partir de los clanes familiares desaparece por el dominio inglés. Claire, pese a ser inglesa, acaba viviendo con el clan MacKenzie donde se casa por obligación con Jamie Fraser (Sam Heughan), un joven guerrero que tiene puesto precio a su vida y con el que acaba viviendo la historia de amor que estructura el romance. La obra se nos cuenta a través de la mirada y los comentarios de Claire, que consigue

no solo sobrevivir, sino adaptarse a una realidad “pre-ilustrada”, a pesar de ser una mujer del siglo XX.

La serie está basada en la saga literaria del mismo título, traducida al castellano como *Forastera*, de Diana Gabaldon, una escritora estadounidense de origen mexicano. Se compone de ocho novelas y varias historias cortas, así como una serie de productos derivados, como su propia enciclopedia de términos. La primera novela fue publicada en 1991 con un gran éxito de público y crítica. La autora recibió el premio Romance Writers of America y, desde entonces, la saga no hizo más que ganar popularidad, en parte debido a las lectoras y lectores que la difundieron tanto por el boca a boca, como más tarde en las redes sociales. La saga ha sido traducida a veinticuatro idiomas en más de veintisiete países, en los que ha vendido más de veintisiete millones de ejemplares.

10.3 Los ejes significativos de los géneros

La obra nos vale también para pensar no solo en la transformación de los estereotipos femeninos, sino los masculinos. Soy consciente de que comparar los modelos es caer en el clásico maniqueísmo: los héroes son fuertes y racionales, y las heroínas cuidadoras y sacrificiales, lo que significa reducir la riqueza de la ficción actual. Pero la cultura *mainstream* se elabora a base de estereotipos reconocibles por todo el mundo. Masculino *vs* femenino es una dualidad insuficiente para explicar la diversidad humana, pero sirve para hablar de caracteres y roles en la ficción de una manera que todo el mundo entienda. El problema de esta forma de hacer crítica es que podemos contribuir a naturalizar las diferencias o reforzarlas y ahondar en lo que nos separa más que en lo que nos une a los géneros.

Claire es un personaje transportado en el tiempo de forma sobrenatural, pero ahí se termina su contacto con ese mundo: no tiene nada que ver con las heroínas con superpoderes o que poseen dones especiales para luchar en un entorno hostil. Está presente la magia en elementos muy limitados: el viaje en el tiempo, la lectura del futuro en las hojas de té, etcétera, pero la narración no resulta contaminada por la magia. Su auténtico poder son los conocimientos que lleva consigo del siglo XX. Su capacidad principal es el racionalismo y la valentía frente a los hombres que le proporciona la experiencia como enfermera en la II Guerra Mundial.

Cuando nos cuentan una historia, interpretamos cada personaje a base de confrontarlo con los demás de ese universo ficticio y no solo con lo que existe en nuestra experiencia real. Por ejemplo, en *Outlander,* Claire se opone estructuralmente a dos tipos de mujeres: a las del siglo XX y a las pre-ilustradas del XVIII.

Otra oposición significativa es la que se establece entre la protagonista y todos los hombres de la historia reconocidos como 'sujetos universales' de un pasado superado solo a medias. Esta estrategia representativa coloca a la protagonista en una superioridad moral sobre cualquier otro personaje de la historia. A través de su modo de ver las cosas, las y los espectadores del siglo XXI comprobaremos que estamos cómodamente situados en un lugar *civilizado*, mientras observamos un pasado salvaje donde reinaba el machismo. Claire se convierte así en una especie de Robinsón Crusoe femenino que se descubre en el siglo XVIII, teniendo que sobrevivir en una sociedad brutal. El amor, como a cualquier heroína romántica convencional, será el que guíe sus decisiones más importantes respecto a si vuelve o no a su avanzado siglo XX.

Su manera de actuar contrasta poderosamente con otra viajera en el tiempo: Geillis Duncan que va desde los años setenta del siglo XX, y que destaca por su independencia y pragmatismo, pero también por ser despiadada e interesada. Envenenará a su viejo marido para poder irse con su amante, pero su final será, como el de las *vamps* del cine de los años cuarenta, trágico: quemada por bruja. Podemos preguntarnos hasta qué punto el castigo a su comportamiento no es un castigo simbólico al feminismo radical de los años setenta.

No existe prácticamente un eje relacional entre Claire y el resto de mujeres del siglo XVIII con las que convive, y esto es significativo. La identidad heroica de Claire no se establece a través de la relación con otras mujeres, sino que se desarrolla a través del conflicto dominación-sometimiento a los varones, sean ingleses o sean escoceses, sean del siglo XVIII o del XX. Las mujeres que aparecen en el entorno de Claire son estereotipadas: amas de casa y cuidadoras. Solo dos personajes destacan con identidad propia: la hermana de Jamie y la ya comentada Geillis. En algunas ocasiones, Claire muestra empatía con las mujeres del siglo XVIII, pero como si fueran una atracción turística. Cuando llega a un pueblo donde unas mujeres están trabajando la lana, mientras cantan, ella participa también, pero da la sensación de que toma parte de una fiesta local exótica. Se conmueve también con los problemas que pueden tener las mujeres para alimentar a sus hijos, los partos difíciles o los problemas de la maternidad, pero es más bien una empatía desde la lejanía cultural.

10.4 Inversiones heroicas

En la historia hay una transformación tanto de la heroicidad femenina, como de la masculina. Ella aprende a manejar el cuchillo o a defenderse verbalmente, mientras su esposo Jamie, a base de empatía con su mujer va transformando sus

valores morales. Él, además, es tratado por la cámara, en algunas ocasiones, como si fuera una mujer.

Claire sorprende en su contexto por varias cosas. La primera es el poder que tiene de dar órdenes a los hombres. Esa capacidad le viene de su experiencia experta como enfermera en la II Guerra Mundial, y siempre resulta sorpresiva para su entorno masculino: "La nombraría coronel en uno de mis regimientos. Sabe dar órdenes a los hombres", dice uno de los militares. Tanto ingleses como escoceses se admiran por las dotes de mando de Claire y también por su habilidad como sanadora, los dos atributos principales del personaje.

Otro elemento original es que es capaz de hablar mal, como los hombres. El mal lenguaje de las mujeres, decir tacos e improperios, sigue siendo una de las grandes diferencias en la representación de hombres y mujeres y también un tabú en la vida social. Las princesas no hablan nunca mal; las heroínas, menos todavía. Las mujeres *malhabladas* hacen un daño simbólico extraordinario y, no en vano, la educación femenina ha incidido en la idea de que las *buenas mujeres* son las silentes, las que callan, las que saben contener su lengua. En la serie, los personajes masculinos se sorprenden y señalan el mal lenguaje de Claire, al usar palabras malsonantes: "Nunca he oído a una mujer hablar así". Y es que el poder social está en el uso de la palabra pública: "Tienes una buena cabeza y una buena lengua. Podías ser abogado", le dicen en una ocasión, o "Haces demasiadas preguntas para ser una mujer".

Otra cuestión importante en relación con el uso de la palabra es que la protagonista tiene sentido del humor. El humor es una capacidad humana analizable desde el poder, ya que marca la jerarquía entre los individuos que están legitimados a reírse o no de algo. Las mujeres callan frente a los hombres y su silencio incluye la risa o la parodia. Claire, una vez más se salta este principio de interacción y todo el grupo masculino se queda impactado cuando hace una broma: "Nunca había oído a una mujer hacer un chiste", dice literalmente uno de ellos ante el pasmo de los demás.

La protagonista tiene también agencia política y se la acusa de tener *strong political opinions*. Se atreve a ir a ver al jefe supremo a espaldas de su marido, prácticamente lo chantajea y urde una trama propia contra el malvado Jonathan Randall. En una escena en la que Claire le dice a Randall que ha visto a unos hombres crucificados por los ingleses y le llama la atención por la crueldad del hecho, él intenta *desactivar* su agencia política diciéndole: "Perdóneme. Esa sería la opinión de una mujer, pero yo no he escuchado nunca ninguna. Por eso, nunca discuto de política con una mujer". Su respuesta es muy interesante: le dice que ella habla de moralidad y no de política. Él sigue encasillándola en el territorio de *lo femenino* como *no humano* y le pregunta: "¿La moral de las mujeres es más clara que sus ideas políticas?". Lo que plantea Randall en este argumento es que las

mujeres se dejan llevar solo por sus pasiones amorosas y sexuales. Al defenderse de esta acusación, Claire cae en una trampa frente a los otros militares ingleses. Si no es un motivo pasional el que obliga a una mujer a estar viviendo entre bárbaros, ¿qué otro motivo hay? Claire comienza entonces a apoyar el derecho de un pueblo a defenderse de la ocupación. Y, al esgrimir un argumento político, se convierte en una traidora a su patria y a su rey.

Otro elemento de inversión en la dicotomía de los géneros es que la protagonista muestra una sexualidad muy activa. Hay escenas de sexo explícito con su primer marido y, con el segundo, se convierte en la *maestra* sexual. En la noche de bodas, es ella quien le pide al joven que se desnude y la cámara, que suele representar el punto de vista masculino, en este caso, se convierte en la mirada de Claire. Ella es mayor que él (27 y 23 años), él es virgen y ella no…, pero lo más interesante es que a él no le importa: "Uno de los dos debe saber qué hacer". Al día siguiente de la boda, ella es la experta que contesta a las preguntas que su nuevo marido hace sobre el placer sexual de las mujeres. Él es, además, el que se mantiene fiel a la esposa pese a ser tentado por otra joven y, en las escenas de sexo explícito, ella mantiene un papel activo y su cuerpo no es solo el objeto en el que la cámara se detiene.

Las bodas son siempre un punto fundamental de las películas románticas. En este caso vemos una inversión del género en la boda de los protagonistas, ya que los roles de mujeres y hombres en la organización de este tipo de eventos están cambiados. En primer lugar, los protagonistas se casan no por amor, sino por obligación, como solución para que Claire no sea detenida por los ingleses. La boda es, en realidad, un principio y no un final de una historia de amor. Su preparación es precipitada y recae sobre el novio y otros varones de la familia. Además, lo ocurrido en la preparación de la boda no lo vemos de forma directa, sino que es narrado la noche de bodas por el esposo. Cómo encargan el anillo a un herrero, cómo consiguen encontrar a un sacerdote que acceda a casarles, cómo consiguen un traje para la novia, todos estos detalles son contados por él y no por ella. ¿Dónde estaba la novia durante todo ese tiempo? Se emborracha todo el día para anestesiar la ambigua sensación de sentirse una bígama. Los dos anillos entrando y saliendo de los dedos de la protagonista durante este capítulo simbolizan el sentimiento contradictorio al que tiene que enfrentarse en este matrimonio.

10.5 La violencia matrimonial

En la serie se plantea también la cuestión de los malos tratos en el matrimonio desde una perspectiva tradicional: los esposos pueden e incluso deben golpear

a las esposas desobedientes. Es muy significativo que en el capítulo que se trata este tema, el protagonismo se desplaza a los ojos y a la voz en *off* del esposo. En el reciente matrimonio, se plante un grave conflicto: Claire se queda sola en el bosque y al ir en busca del círculo de piedras mágicas, es apresada por los soldados. Jamie y el resto de los hombres tienen que hacer una maniobra muy arriesgada para rescatarla. Ella ha puesto a todos en peligro y su marido, según las costumbres del clan, debe reprenderla de forma pública por su desobediencia. Pero la mujer del siglo XX se revela: "No tengo que hacer lo que me ordenes", dejando claro a su marido que no es de su propiedad, y le insulta verbalmente. El marido acaba azotándola *por obligación* para poder seguir siendo respetado por el grupo masculino. Esto genera un gran conflicto entre ellos, que solo termina cuando el esposo promete que nunca más pondrá por delante las normas de su pueblo en la relación con la esposa.

El tratamiento argumental de la violencia matrimonial ha sido muy cuestionado en la novela de Gabaldon, que a veces ha sido interpretado en los foros de Internet como consentimiento de la autora con el poder patriarcal. También la narración visual nos sitúa a las espectadoras (e imagino que espectadores) en un lugar ambiguo. Por un lado, nos hace sentir que la violencia matrimonial "es cosa del pasado" y, por otro, que no hay salida al conflicto que se plantea. Sentimos empatía tanto con Clare como con Jamie, que no se nos presenta como un maltratador, sino como un hombre que se juega su dignidad frente a los demás hombres. Tal como está contada la situación, resulta casi una frivolidad la *azotaina* que recibe Claire, frente a la dignidad perdida de él. Lo tremendo de este planteamiento es que se frivoliza la violencia, entre otras cosas, porque se presenta como algo de otra época, y se nos muestra como un castigo más simbólico que real.

10.6 La gratificación del *triunfo feminista* y la tolerancia respecto a la violencia

Esta historia es gratificante porque vemos a una mujer que gana la partida, simplemente siendo una mujer, y porque nos hace sentir que hemos progresado y los actos de barbarie son cosa del pasado. El juego temporal entre dos siglos, entre el mundo actual y las sociedades estamentales, dibuja un presente idílico en el que los temas feministas ya están incorporados y asimilados en la agenda social y política. El acoso sexual, la violencia estructural, la violación o la discriminación política parecen cosas del pasado.

La protagonista se ve constantemente acosada por los hombres, al margen de la condición social que tengan, siguiendo un patrón muy reconocible en las

narraciones tradicionales. El temor a la violación es un elemento histórico de control de la movilidad femenina en el espacio social. Las mujeres que vagan solas han sido una constante en la literatura y encarnan un peligro para los hombres: la posibilidad de despertar la violencia en aquellos que quieren conseguirlas. La protagonista sale airosa prácticamente de todas las trampas y agresiones a las que es sometida, pero la historia nos está recordando constantemente la reducción de espacio público que tienen las mujeres.

Las mujeres vagantes han sido figuras cargadas de responsabilidad en las narraciones tradicionales. El problema fundamental no era simplemente que pudieran ser agredidas, sino que causaran el deseo sexual en los hombres y se pelearan entre ellos hasta la muerte. La historia más antigua que da forma al mito se cuanta en la Biblia. Dina, la hija de Jacob, sale a caminar sola para conocer "a las hijas del país". La ve el hijo de un príncipe y la viola, pero luego se enamora y quiere casarse con ella. Serán los hermanos de Dina los que se empeñen en castigar la violación, provocando la guerra entre clanes y la muerte de todos los hombres de la familia. Este tipo de historias han sido un instrumento imaginario muy eficaz para controlar la movilidad de las mujeres, que deben estar guardadas para no provocar el deseo sexual descontrolado de los hombres. En una de las escenas de la serie se representa esta norma: las mujeres deben desaparecer de su vista, sobre todo, si hay bebida de por medio. En ese mundo preilustrado que reconstruye la serie sobrevuela la idea de que es lícito violar a las mujeres en ciertas ocasiones, en casos de guerra o *descuido f*emenino. En una ocasión la protagonista pregunta a su interlocutor: "¿Existe alguna buena razón para la violación?". Esta relación entre modernidad y pre-modernidad acentúa la sensación de tranquilidad de estar viviendo en nuestro presente, dando a entender que el uso de la violencia sexual para controlar a las mujeres ha desaparecido en el espacio público contemporáneo.

Otra cuestión muy significativa es la representación de la violencia en general, obviamente relacionada con la construcción de las categorías de género. Solo los hombres la provocan, pero son también los que más la sufren. Claire recuerda los cuerpos destrozados de los soldados, mientras que, desde el principio, estamos viendo las cicatrices del protagonista azotado por los ingleses en el pasado. Sus cicatrices son exhibidas por el clan para obtener dinero para pagar la guerra. Conforme avanza la serie, aumentan las escenas de violencia y tortura. La cámara se recrea en el cuerpo herido del protagonista, que encarna una nueva forma de heroicidad sacrificial masculina. Su reconocimiento en el grupo no llega solo por ser un buen guerrero, sino por haber resistido el sufrimiento, un rasgo que es más propio de la heroicidad femenina.

En la obra hay una ambigüedad respecto a la violencia. Por un lado, es exhibida y mostrada como un elemento fundamental del desarrollo narrativo, mientras

que, por otro, la protagonista se sitúa en la *feminidad* más convencional y la crítica. Aprende a usar el cuchillo y se defiende con él ante un ataque sexual pero, en otros momentos critica las costumbres masculinas, como la lucha cuerpo a cuerpo como juego, o la caza.

Un giro dramático de la obra es que, a pesar de que la acosada sexualmente es ella, será el esposo el que será brutalmente vejado y violado. Durante las escenas de tortura, la cámara recorre su cuerpo como se suele hacer con los personajes femeninos, o bien para erotizarlo o para mostrar los desgarros que el salvajismo más terrible producen en él. Dudo mucho de que en una serie de este tipo fuesen digeribles unas escenas de violación tan altamente estetizadas como vemos en la violación de Jamie, que una vez más es convertido en el cuerpo sacrificial y guerrero espectacularizado ante la cámara. Se convierte así en un modelo de héroe que pasa a asumir el sufrimiento femenino que la historia evita contar.

En definitiva, el tan aclamado feminismo de esta serie no molesta a casi nadie. Al trasladar de época a una mujer de los años cuarenta del siglo XX a dos siglos más atrás hace que se acreciente nuestra sensación de que *ahora estamos infinitamente mejor*. Es un tipo de ficción positiva que nos da modelos nuevos, pero no sé hasta qué punto es un personaje con el que pueden identificarse nuestras jóvenes, que viven en carne propia lo poco que se han trasformado muchas de las estructuras de poder en la actualidad.

10.7 Heroínas para la crisis [Ojo se parece mucho a 9.2]

¿Estamos o no, entonces, ante una obra feminista? O mejor, ¿podemos calificar una obra así por el simple hecho de plantear una inversión de roles? Estamos en un momento en el que la palabra 'feminista' ha dejado de dar miedo en los medios públicos. Quiero pensar en este proceso como el resultado de casi diez años de crisis económica y social, en el que las mujeres jóvenes ya no se creen el discurso de la competitividad y la 'excelencia'. La precariedad laboral, la feminización de la pobreza, los recortes sociales y una cierta vuelta a la creencia de que es necesario que nos organicemos de forma colectiva, han dado al traste con las ilusiones del triunfo del *girl power* propio de finales del siglo XX.

Quiero pensar que la aceptación pública de la palabra 'feminista' tiene que ver con este cambio social que se ha ido produciendo en la última década. Pero también desconfío, porque sabemos por épocas pasadas que las dinámicas del capitalismo de consumo son capaces de tragarse y digerir todas las disidencias. ¿Será que simplemente los medios se apropian de una necesidad de cambio que las jóvenes perciben como necesaria? ¿Será que el *empoderamiento* femenino nos

lleva, una vez más a la incapacidad para la acción política? ¿Será que los medios pueden hacer sentir a las mujeres que controlan sus vidas tanto como lo hacen los hombres, haciéndonos olvidar los aspectos conflictivos de la distribución de poderes en la dinámica social?

Tal vez es demasiado pronto para contestar todo esto. Lo que es evidente es que, si bien persiste el estereotipo negativo del feminismo, mal entendido como una versión inversa del machismo, en los últimos años ha comenzado a ser utilizado por la cultura popular como si fuese una etiqueta de modernidad. Un ejemplo paradigmático es la cantante americana Beyoncé, que interpretó en 2014, durante MTV Video Music Awards, su canción "Flawless" en un escenario espectacular en el que aparecía la palabra 'feminism', mientras introducía en la canción el texto de la escritora nigeriana Chimamanda Ngozi Adichie, "We should all be feminist". Este acontecimiento provocó un gran debate en las redes sociales sobre qué significa eso de ser feminista, en el que quedó claro que el término ya no pertenecía de manera absoluta ni a la militancia, ni al contexto universitario, ya que algunas mujeres que triunfan en la cultura mediática no dudan en apropiarse de él. Esta rentabilidad del feminismo, como imagen que puede atraer a las mujeres más jóvenes, tuvo otro momento estelar en los medios cuando Karl Lagerfeld presentó en otoño de 2014 su desfile *feminista* de Chanel en París. Algo me hace desconfiar de todo esto, al mismo tiempo que estoy firmemente convencida de que no es negativo que el feminismo y sus demandas aparezcan a menudo en el entorno volátil y frívolo que crean los medios de comunicación.

Han pasado tres años desde entonces y la sensación de *éxito* del feminismo no ha parado de aumentar. El año que acaba de terminar (2017) ha sido definido en toda la prensa internacional como el "más feminista", por la gran participación de mujeres de todas las edades y condiciones en las manifestaciones públicas. La clásica manifestación feminista del 8 de marzo sorprendió en Madrid y Barcelona por la enorme cantidad de asistentes al acto. ¿Qué había pasado? En primer lugar, que las redes sociales han dado a los colectivos feministas la capacidad para interactuar en el mundo entero. En concreto, se planteó una estrategia común para ese día: realizar un paro femenino en tres aspectos de la vida de las mujeres: laboral, en las tareas de cuidados y en el hogar, y en el consumo, que incendió las redes con #NosotrasParamos. El año 2016 había sido muy importante también ya que en distintos países se había producido una gran visibilidad de la lucha femenina, como en Polonia, donde distintos colectivos plantearon una huelga contra la ley que intentaba limitar el derecho al aborto. La llamada 'Black March' acaparó muchas portadas en la prensa internacional. También fueron importantes las movilizaciones en Latinoamérica para protestar en contra de la situación de violencia que sufren las mujeres. La marcha que plantearon distintos colectivos el día 25 de noviembre en Argentina, tuvo también una gran relevancia

internacional. En este caso, el lema #Ni una menos fue el que aglutinó las protestas del día Internacional contra la Violencia de Género. En este contexto de gran actividad se convocó, en enero de 2017, la Marcha de Mujeres contra Trump, que mostró la gran capacidad de convocatoria pública que tiene el movimiento de mujeres en el mundo, ya que consiguió movilizar más personas que cualquier otro partido político o movimiento social en todo la historia de los Estados Unidos. A la Huelga Internacional de Mujeres se unieron cincuenta países, aunque la participación fue desigual. Polonia, Argentina, España, Italia, Irlanda y Turquía tuvieron los mayores éxitos.

Por último, 2018 se ha inaugurado con un aparente triunfo del feminismo. En la entrega de los Globos de Oro, celebrada el 7 de enero, todas las mujeres aparecieron vestidas de negro en señal de luto contra los abusos sexuales, después de una temporada en la que la profesión cinematográfica se movilizó por los abusos de productores y directores sobre las actrices, a raíz del caso Weinstein en torno a la industria de Hollywood.

¿Podemos ver entonces *Outlander* como un ejemplo de la presencia del feminismo en la producción de series de televisión? Si aceptamos esta hipótesis, la heroína Claire Beauchamp sería la portadora de los valores del feminismo que aparecen disueltos e integrados en el espacio social, político y cultural del período más reciente. Cuando de forma masiva es identificada en blogs, revistas, periódicos y críticas especializadas de cine como *feminista*, ¿quiere decir esto que se ha sobrepasado en la vida pública el período de rechazo al feminismo? ¿Significa que se está negociando una nueva forma de construcción de las identidades sexuales? ¿Que estamos en una nueva fase en la que las identidades sexuales pueden construirse sin que exista conflicto entre ellas? ¿O, simplemente, todo esto tiene que ver con una estrategia comercial para atraer a las mujeres al redil comercial? No es casualidad que las plataformas de pago para ver películas y series de televisión clasifiquen como un género nuevo las que tratan de forma específica a las mujeres: Netflix ha abierto una sección llamada: “Women Who Rule the Screen” y HBO “Mujeres del momento”. Esperemos que estas nuevas historias en las que aparece implícita la mirada al mundo desde la feminidad no acaben siendo, con el tiempo, un simple nicho de mercado que se volatilizará en un tiempo breve.

11. CULTURA DE LA VIOLENCIA Y MUJERES MONSTRUOSAS

> Hoy, cuando veo las películas taquilleras o si le echo un ojo a MTV, tengo la impresión de que a las mujeres se les trata con mucho sadismo, se les ve demasiado a menudo con la cara ensangrentada arrastrándose por el suelo; me parece que faltan hombres jóvenes en braguitas, corriendo y llorando por el bosque y perseguidos por mujeres maníacas con enormes motosierras.
>
> VIRGINIE DESPENTES

"El cine refuerza la cultura de la violencia". Habremos escuchado esta afirmación o alguna de parecido contenido en muchas ocasiones porque, en el cine, la violencia humana hecha espectáculo es una de las fuentes principales para suministrar imágenes y argumentos interesantes a los distintos géneros: el cine bélico, el policíaco, el de terror, el de suspense o subgéneros, como el de asesinos en serie. Los actos violentos que vemos en las narrativas visuales están ejecutados casi siempre por hombres y suelen tener un alto grado de estetización: iluminación contrastada, música estridente, tiempos alargados o reducidos, ruidos de fondo que nos sorprenden, golpes secos a gran volumen, lamentos modulados para poner los pelos de punta a la audiencia que disfruta de las escenas de la violencia.

Confieso que a mí nunca me han gustado. No he conseguido disfrutarlas. Hay películas que, queriendo criticar la violencia, utilizan los mismos recursos técnicos que los que se recrean en contarla. Uno de los film para mi más emblemáticos y poderosos que cuenta esta dualidad es el dirigido por Francis Ford Coppola en 1979, *Apocalypse Now,* con un guion basado en la novela corta de Joseph Conrad *El corazón de las tinieblas*. La película transcurre en la Guerra de Vietnam y cuenta la historia de Kurtz, un coronel que se ha vuelto loco y se ha construido un

mundo propio en Camboya al margen de la estructura militar. La película está llena de referencias culturales, de imágenes impactantes y hermosas, de colores y música que no deja a nadie indiferente. No es casual que la película obtuviera dos premios Óscar a la mejor fotografía y al mejor sonido. Tiene escenas estremecedoras en las que la crueldad está tan estetizada que nos transporta más allá de lo que estamos viendo: cuando los helicópteros bombardean la selva con napalm mientras suena la canción de The Doors, o cuando destruyen un pueblo vietnamita mientras suena la *Cabalgata de las valquirias* de Wagner, entendemos la fascinación que produce la violencia, y cómo el cine es capaz de envolvernos en elementos estéticos que nos conmueven y admiran. La escena de la muerte del protagonista, después del sacrificio ritual de un enorme búfalo de agua, es impresionante. Antes de morir, Kurtz susurra: "El horror, el horror…", resumiendo así el desconsuelo y rechazo que produce la violencia, presentada al mismo tiempo como un imán estético que nos impide retirar la mirada de la pantalla. La violencia se sirve como el destino inevitable de la vida humana.

Tanto en el cine como en la realidad, la violencia es cosa de hombres. Que no haya mujeres violentas en la ficción, más que en contadas ocasiones, nos da una medida interesante de las relaciones entre la realidad y las ficciones que crea una cultura. ¿Por qué no se imaginan los directores de cine a mujeres destripando personas con motosierras, como plantea Despentes en la cita inicial de este capítulo? ¿No es la imaginación el terreno de la libertad y la fantasía? Puede que no, que la fantasía venga de nuestros universos compartidos, de nuestros mundos posibles. Los límites de la imaginación son los límites de nuestro mundo. Y en este entorno patriarcal, las mujeres violentas resultan seres extraños e inefables. No podemos llegar a ellos con la palabra o la representación artística.

11.1 Violencia real y violencia representada

Un tema constante en la investigación sobre medios de comunicación durante el siglo pasado ha girado en torno a la pregunta ¿en qué medida las películas violentas mueven a la gente a cometer actos violentos en la vida real? La respuesta más instintiva es decir que no es nada bueno ver actos violentos, sobre todo, si los espectadores son niños. Sin embargo, esa afirmación no está corroborada con la investigación empírica. Nadie ha demostrado de forma objetiva, que alguien que vea en el cine actos violentos pueda ser una persona más violenta que otra que no los ve. Sin embargo, los mundos imaginarios son los mundos posibles. Para los hombres (al menos en teoría), solucionar los problemas a base de violencia, es algo aceptable. Lo estamos viendo por todas partes y a todas horas. Para las

mujeres, los papeles adjudicados en esos mundos imaginarios siguen siendo los de víctimas, como también ocurre en la vida real. Sin embargo, muchas cosas están cambiando. ¿Por qué no se refleja también este cambio en la ficción? ¿Por qué nos resulta difícil normalizar a las mujeres violentas, sobre todo, si no están estetizadas?

Como hemos analizado en otra parte del libro, sigue habiendo problemas en el acceso de las mujeres a los puestos de decisión de las empresas audiovisuales y, por lo tanto, no tienen poder de decisión sobre las películas que se hacen. Además, los roles femeninos y masculinos están muy estereotipados. En este contexto tan adverso, no les debe resultar fácil a las mujeres presentar propuestas de trabajo que se salgan de forma radical de los cánones estéticos presupuestos para ellas. Debe ser una empresa casi imposible que una directora, guionista o productora se aventure a mostrar el deseo de hacer una película sobre mujeres tan guerreras y terroríficas como son algunos papeles masculinos. De hecho, hay pocas directoras que se hayan atrevido a representar el salvajismo y la violencia como lo han hecho los directores.

En 1971, yo era una niña todavía cundo se estrenó una película *de culto: Perros de paja,* dirigida por Sam Peckinpah. La vi algunos años después, y sus imágenes se me hicieron insoportables. No conseguía entender por qué era una obra tan admirada por parte de la crítica. El argumento giraba en torno al ataque que sufre un joven matrimonio por parte de una banda de jóvenes salvajes cuando se mudan a la campiña inglesa. Con el tiempo he conseguido comprender el atractivo que puede tener esta cinta y lo que valoraba como gran hallazgo la crítica especializada: la narración de la conversión de un pacífico y estudioso astrofísico en un ser tan despiadado como sus asaltantes. ¿Es una propuesta estética eficaz porque engrandece el ego masculino? ¿Recrea la fantasía de que la violencia puede siempre ir a más y resultar eficaz?

Seguramente, nunca he sentido admiración por la violencia representada, seguramente porque muchas de las víctimas en el cine son mujeres a las que se suele aplicar, además de la violencia física, la violencia sexual. Con el tiempo he entendido mi rechazo en la medida que he aprendido a mirar como espectadora sin complejos la ficción: el cine es una maquinaria creada para generar empatía de los espectadores con los personajes principales, sean de la calaña que sean. Muchas veces, las mujeres sentimos que tenemos que dejarnos llevar hacia una especie de travestismo psicológico para que nos puedan gustar muchas de las películas que nos venden como maravillosas. Como espectadora, nunca he sentido este placer identificativo con las escenas violentas, sobre todo, con las abundantes escenas de tortura que tan de moda están en el cine y en las series de televisión. Muchas se me hacen insoportables y aburridas, a pesar de que soy consciente de que algunas de esas escenas están montadas para hacer que el antagonista

resulte un ser poderoso en su perversidad y así engrandecer al héroe. Hay algo significativo que podemos observar conforme ha ido pasando el tiempo: la acumulación de escenas morbosas y violentas no ha parado de aumentar, y ya sabemos que un cambio en la cantidad produce un cambio en la calidad. Podemos pensar qué ha ido ocurriendo con series de gran éxito popular, como *Juego de Tronos,* en la que las escenas de violencia han ido aumentando conforme avanzan los capítulos. "Cantidad es calidad": una escena violenta es una escena violenta; muchas escenas violentas pasan a formar parte del proceso de normalización de la violencia.

La violencia comenzó siendo un *leitmotiv* dramático en el cine, pero ha llegado a ser un género propio: el *gore* o *splatter,* cuyo motivo principal es mostrar la brutalidad extrema sobre el cuerpo humano hasta destruirlo.

En este tipo de cine no son tan importantes ni la trama ni los elementos narrativos, como los movimientos de la cámara y los efectos visuales impactantes. No importa tampoco mucho la historia que se cuenta, ni hace falta que se atenga al esquema clásico de la narratividad, presentación–nudo–desenlace, porque lo que importa es el regodeo en la destrucción física del cuerpo humano.

El cine *gore* juega con la teatralización del sufrimiento y la fragilidad corporal. Es tan exagerado lo que vemos, que puede adquirir tintes cómicos llegando a perder todo su dramatismo a base de llevar las situaciones de tortura y exhibicionismo del dolor al extremo. Los orígenes de este tipo de películas los encontramos entrelazadas con el cine comercial de los años veinte, pero después de que se impuso el Código Hays que determinaba lo que era moralmente aceptable en el cine, y que comenzó a aplicarse en Estados Unidos a partir del año 34, no se hicieron escenas especialmente truculentas hasta prácticamente los años sesenta. La película de Alfred Hitchcock *Psicosis,* de 1960, abrió la puerta a escenas de asesinatos espectaculares sobre todo de mujeres, convertidas en el motivo principal de la película. Supuestamente, la representación de la violencia descarnada estaba prescrita en el cine de Hollywood, pero la realidad era que cintas como *La noche de los muertos vivientes,* del año 1968, de George A. Romero, que obtuvo un gran éxito de público, se mantenían en el límite de lo aceptable.

En torno al año 2000, surgió también el llamado *torture porn* un género en el que las torturas sobre todo a mujeres durante actos sexuales, son un espectáculo terrible de hasta dónde puede llegar la espiral de violencia contra ellas. Se trata de películas misóginas que circulan en canales comerciales y que se confunden algunas veces con el gran arte cinematográfico. Algunos críticos han incluido dentro de este subgénero films como *Grindhouse* (2007), dirigida por Quentin Tarantino y Robert Rodríguez.

11.2 Lo divertido de la violencia

El director de cine Jean-Luc Godard puso al principio de su película *Pierrot, el loco* (1965) la frase: "El cine es como un campo de batalla".

"Amor, furia, acción, violencia, muerte. En una palabra, emoción." ¿Por qué esta implicación entre la emoción y la violencia? ¿Debemos relacionar violencia con diversión? Si la violencia es divertida, y se usa para conseguir que alguien haga algo a la fuerza, ¿es divertido entonces someter a los demás y dominarlos? Esta forma de razonar desvela lo que esconde la violencia: una voluntad de dominación que si la pensamos fuera del contexto ficticio, no tiene nada de divertida o no debería tenerlo en una utópica vida de igualdad y justicia.

La violencia fascina también porque ofrece una rápida solución a los problemas más perentorios. Walter Benjamin lo explicó muy bien cuando interpretó la ideología vanguardista que recorrió Europa a principios del siglo XX: "El carácter destructivo es joven y alegre. Porque destruir rejuvenece, ya que aparta del camino las huellas de nuestra edad; y alegra, puesto que para el que destruye, dar de lado significa una reducción perfecta". La violencia pudo significar una promesa de cambio, el nacimiento de algo nuevo para las vanguardias europeas, pero un siglo después, tenemos la otra cara de este discurso cuando se convierte en político: la tragedia de dos guerras mundiales durante el siglo XX en las que se estima que murieron entre ochenta y ciento catorce millones de personas.

Lo terrible es que la violencia sigue siendo una solución ideal a los grandes problemas, incluso a la violencia en sí misma. Ninguna película habla mejor de esta disparatada (y homeopática) idea de que la violencia es la solución a la violencia) que *La naranja mecánica* (1971) dirigida por Stanley Kubrick. En ella un miembro de una violenta banda juvenil es sometido a la fuerza a un tratamiento para hacerle aborrecer la violencia, que consiste en obligarle a ver escenas terribles mientras le suministran una serie de drogas. El personaje es reinsertado de nuevo en un mundo, pero ahora la violencia no le produce placer, sino que lo paraliza dejándolo débil e indefenso. En esta situación, ya no puede mantener la cordura, porque alguien no violento es incapaz de sobrevivir en un entorno agresivo. Esta película es muy interesante porque, por un lado, critica la cultura de la violencia pero, por otro, plantea la imposibilidad de vivir en un entorno violento, si no eres violento. La resolución al conflicto es ambigua y no tiene en cuenta para nada la llamada *cultura de la paz* de la que tanto se ha hablado dentro del contexto feminista.

La dualidad entre víctima-victimario, tiene una correlación en el cine que es hombres-mujeres. Aunque no es una ley, la casuística es tan grande que damos por sentado que lo normal es que las víctimas sean las mujeres. Y lo que consideramos normal es el resultado de un proceso social, nunca de una determinación

natural. Los asaltos y agresiones a las mujeres en las películas son constantes y, aunque ahora ellas aparecen más a menudo como capaces de usar la fuerza, los casos son mínimos en el cine comercial. En realidad, un hombre que ataca a una mujer en la ficción no contradice el orden social, sino que lo refuerza. Una mujer violenta, en cambio, es solo asumible si está ultrafeminizada.

Hay sin embargo, una excepción en la producción cinematográfica: los argumentos que giran en torno a las mujeres violadas que se toman la justicia por su mano emprendiendo una venganza terrible contra aquellos que las han asaltado. Estas películas constituyen el género denominado 'violación y venganza', con películas producidas y dirigidas casi siempre por hombres. Hay algunas excepciones, como las que vamos a analizar seguidamente y otras, como la película dirigida por las hermanas canadienses Jen & Sylvia Soska, *American Mary,* estrenada en el 2012. En el año 2016 se estrenó por ejemplo la película francesa *Elle,* dirigida por Paul Verhoeven, que cuenta la historia de la planificación y desarrollo de una venganza llevada a cabo por una mujer después de ser violada en su casa.

No puedo más que citar aquí alguno de los títulos más conocidos de este género que tiene una larga tradición, en los que se sigue espectacularizando el cuerpo de las mujeres. La poca distribución y el público tan limitado que tienen podemos interpretarlo como un síntoma de lo poco que gustan estos argumentos que giran en torno a mujeres violentas. Algunas obtuvieron una cierta relevancia como *La violencia del sexo* (*I Spit on your Grave*) de 1978 dirigida por Meir Zarchi, prohibida en varios países y censurada en otros, o *Ángel de venganza* (1981), dirigida por Abel Ferrara, en la que una mujer sordomuda es brutalmente violada en dos ocasiones y se dedica a recorrer la ciudad para matar a los hombres que agreden a las mujeres.

En todo caso, hay siempre una disimetría: percibimos como natural la violencia masculina y, por ello, hay muchísimas más películas en las que la trama gira en torno a actos de violencia masculina, mientras que la femenina resulta monstruosa. Tomaré como ejemplo dos films dirigidos por mujeres que ejemplifican muy bien esta disimetría: *Baise-moi* y *Monster.*

11.3 *Baise-moi:* el horror femenino y la disidencia de género

En el año 2000, en pleno auge de las heroínas fálicas en el cine comercial, se estrenó la película francesa *Baise-moi* (traducida en España como *Fóllame* y, en Hispanoamérica, como *Viólame)* dirigida por Virginie Despentes y Coralie Trinh Thi, basada en una novela publicada el año anterior por Despentes. Recuerdo haberla visto en una sesión a la una de la madrugada. Esa hora de la exhibición de

la película no se debía tanto a su contenido, como a que era difícilmente digerible en los circuitos comerciales. No estaba hecha para agradar al gran público por las escenas de violencia y sexo explícito. O eso, al menos, era lo que dijeron muchas de las críticas del momento. Las directoras tuvieron que enfrentarse desde el principio a la acusación de que esta era una película "pornográfica" y que, por lo tanto, debía limitarse su exhibición a salas especiales.

En Francia, protestaron distintos sectores religiosos y los grupos ultraconservadores, que hubieran estado de acuerdo en que la película fuese clasificada como X, y no como película para mayores de 18 años, tal como ocurrió. Fue retirada en Australia y también en algunas ciudades en Canadá. Se vio con algún corte en el Reino Unido y fue reclasificada en otros países. En Irlanda fue totalmente prohibida y no llegó a estrenarse.

En la cinta había sexo y violencia, pero nada de erotismo (tal como afirmó Despentes en varias ocasiones), entendido el erotismo como una fabricación estética que convierte las prácticas sexuales en elaboradas imágenes que reproducen, sobre todo, el imaginario sexual masculino. Kate Millet, en su obra *Política Sexual* (1970), analizaba cómo escritores abanderados de la libertad sexual, como Norman Mailer, Henry Miller o D. H. Lawrence, describían los actos sexuales en sus novelas como actos de depredación masculina sobre el cuerpo de las mujeres. Ellas suelen ser las pasivas que esperan a ser conquistadas por ellos, quienes, en lugar de hacer el amor, parecen estar enfrentándose a una presa a la que hay que devorar lo más rápidamente posible. Esta forma de concebir la sexualidad humana que tienen muchos escritores la encontramos replicada en muchísimas películas. Da igual el género cinematográfico que analicemos. Y, desde luego, no es el tipo de sexualidad que aparece en *Baise-moi*, donde no hay ningún resquicio ni concesión a lo heroico o lo espectacular.

La película es una *road movie* en la que dos mujeres que han sufrido experiencias muy duras se encuentran por casualidad y emprenden juntas un viaje en busca de hombres con los que mantener relaciones sexuales y luego matarlos. Una de ellas ha sido prostituta (Nadine) y la otra, una actriz porno (Manu). Nadine acaba de ver morir asesinado a su amigo proxeneta y Manu ha sido violada y en la huida ha matado a su hermano tras una discusión. Su amistad se teje al compartir un profundo sentimiento de rabia y desafección de su entorno social. Deciden vengarse en los hombres después de mantener relaciones sexuales con ellos. En su camino, van asesinando a muchas de las personas que encuentran de una forma totalmente gratuita.

La película es interesante en varios aspectos. El primero es que es un cine radical en sus propuestas, pero no es continuador del cine feminista que se había desarrollado en los años 60 y 70. En ella se cuenta la experiencia de las mujeres, pero no habla de su cotidianidad, como hacían las películas de Chantal Akerman

o Laura Mulvey. La vida de las protagonistas está contada desde la excepcionalidad, desde el límite, desde los márgenes de la moral, la ética y la estética. No reivindican en ningún momento el mundo de *lo femenino* como refugio de paz, como espacio de lo posible. El mundo es terrible, pero no cabe el aislamiento y la construcción de la utopía feminista feliz. Tampoco hay interés por mostrar el psiquismo de los personajes y explicar sus actos de forma coherente y racional. No hay discursos coherentes en contra del sistema patriarcal que oprime a las mujeres, solo una sucesión de actos descarnados. No hay tampoco ningún discurso reivindicativo sobre el cuerpo y la sexualidad femenina, sobre el embarazo o la maternidad que tanto trabajaron otras directoras, como Carolee Schneemann o Agnès Varda, para las que controlar el propio cuerpo era sinónimo de libertad.

En segundo lugar, se trata de una forma de hacer cine que renuncia a casi toda la manipulación que hoy día permite el grabado y procesamiento de imágenes. Todos los planos y secuencias fueron hechos con luz natural y da la sensación de que están mal *cosidos* entre ellos. La ilusión que nos produce el cine de que lo que estamos viendo tiene una coherencia y un sentido queda destruida en esta película porque la forma de estar rodada y montada no nos permite imbuirnos en su narrativa. No nos facilita la identificación necesaria para que nos olvidemos de que estamos viendo una realidad construida para ser vista.

En esta película no queda nada de las ilusiones de liberación que había en el gran éxito de taquilla *Thelma y Louise*, que supuso una auténtica conmoción cuando se estrenó en 1991. La película contaba la historia de dos mujeres en la pantalla que respondían con violencia a la violencia machista. Thelma y Louise eran personajes admirables, que nos situaron cómodamente en la butaca del cine, haciéndonos sentir felices por su liberación y apenadas por su sacrificio final. Los dos personajes femeninos de *Baise-moi*, sin embargo, no nos ofrecen la posibilidad de sentir empatía por ellas. Por eso, la película francesa causó tanta indignación en algunos países: las mujeres violentas sin estetizar se sitúan al margen de las normatividad cinematográfica para los géneros. Pero también es una película al margen del cine feminista y nos deja a los y las espectadoras sin posibilidad de empatía, ni racional ni emotiva, con lo que estamos viendo.

Cómo hablan, se mueven o miran, cómo piensan y actúan es algo inaceptable en el imaginario colectivo porque, pese a todos los cambios en las teorías y en las prácticas sociales ya que, aparentemente, muchas cosas han evolucionado, los mundos posibles, los mundos imaginarios de lo que puede ser un hombre, de lo que puede ser una mujer, siguen siendo territorios separados por una franja muy amplia de desequilibrio de poder.

Por último, una de las cuestiones interesantes de este trabajo es que pone al descubierto un mecanismo para desestabilizar el paradigma del género, pero difícil de asumir y llevar a cabo en la vida cotidiana. En su texto *Teoría King*

Kong, Virginie Despentes afirma: “Escribo desde la fealdad, y para las feas, las viejas, las camioneras, las frígidas, las mal folladas, las infollables, las histéricas, las taradas, todas las excluidas del gran mercado de la buena chica”. Despentes afirma que sus creaciones están destinadas a lo que denomina *proletarias de la feminidad*, todas aquellas a las que el *reparto* de dones femeninos no ha favorecido y también para los hombres que no han llegado a adquirir los dones requeridos para la masculinidad. Las mujeres siguen estando sometidas a un principio de grandes consecuencias simbólicas: pueden ser agredidas, vejadas, maltratadas con gran regocijo de las audiencias. En una entrevista afirma, por ejemplo: “Hoy, cuando veo las películas taquilleras o si le echo un ojo a MTV, tengo la impresión de que a las mujeres se les trata con mucho sadismo, se les ve demasiado a menudo con la cara ensangrentada arrastrándose por el suelo; me parece que faltan hombres jóvenes en braguitas, corriendo y llorando por el bosque y perseguidos por mujeres maníacas con enormes motosierras”. Las figuras femeninas de las que habla Despentes están muy lejos de los modelos de las heroínas fálicas del cine comercial que hemos tratado en capítulos anteriores.

¿No es esta una afirmación de justicia simbólica? Esta película adquiere otro sentido si la interpretamos desde una declaración combativa contra la diferencia de representación simbólica de hombres y mujeres en las pantallas. Es simplista leer estos textos de Despentes como una declaración de su gusto morboso por la violencia. Más bien, podemos verlos como un reconocimiento a la diferencia social de trato real y simbólico a las mujeres, y, sobre todo, un discurso acerca de la necesidad de la restitución y equilibro del paradigma de género.

11.4 La violencia empática

La segunda película que, para mí, ha marcado un hito en cuanto a la representación de la violencia femenina (esta mucho más comercial) ha sido *Monster*, estrenada en el año 2003, dirigida por Patty Jenkins, que dirigirá también la exitosa *Wonder Woman* (2017) y que hemos comentado en un capítulo específico. El film cuenta la historia de una mujer, Aileen Wuornos, condenada a muerte y ejecutada en 2002 por haber matado a siete hombres. El caso había tenido una gran relevancia mediática en Estados Unidos porque la sociedad no está acostumbrada a las asesinas en serie. La actriz principal, Charlize Theron, consiguió un Óscar a la mejor actriz y la película recaudó más de sesenta millones de dólares.

El argumento de *Monster* nos introduce en la vida de personas que viven en un mundo capitalista que margina a los más pobres, y altamente degradado en cuanto a las relaciones humanas. El personaje principal es una mujer que ha

sufrido la desestructuración familiar, la calamidad económica, el abuso sexual y sobrevive prostituyéndose en las peores condiciones sociales. En un bar conoce a la que será su pareja: Shelby, una chica más joven con la que emprende una huida en busca de un trabajo y una vida normalizada. Pero Aileen no tiene habilidades sociales. No tiene cultura, no es inteligente, ni hermosa. Está marcada por la impronta de la pobreza absoluta y tiene que volver a la prostitución. Se encuentra con un cliente sádico al que acaba matando después de sufrir una agresión brutal y, a partir de ahí, comienza una carrera de asesinatos de hombres que la llevará a ser detenida y encarcelada.

La película resulta conmovedora porque nos hace entender e incluso justificar la violencia como un acto de justicia. Todo lo que hemos dicho hasta ahora entra en contradicción con las emociones que produce esta historia, tal como está contada. Estamos ante un personaje violento, una asesina, es verdad, pero una asesina que despierta nuestra compasión cuando vemos el lugar en el que ha nacido, en el que ha crecido; cuando se ponen delante de nosotros sus sentimientos de amor hacia su compañera, y sobre todo la desesperación de querer salir de una situación en la que, simplemente, no se puede vivir. La directora sabe ponernos delante de un personaje que produce rechazo moral, pero por la que sentimos empatía. Sobre todo, el primer asesinato lo sentimos como un acto de justicia, ya que la protagonista es la víctima de una violencia extrema. En ese caso, el rechazo moral no existe, porque, en la lectura de la situación, las muertes ocurren como una fatalidad trágica, y no como la consecuencia de un ser desalmado. Los sucesos nos permiten interpretaciones del tipo: una sociedad injusta expulsa a las personas fuera del sistema; a las personas fuera del sistema no les queda otra alternativa más que delinquir.

Esta película es la historia de un ser disfuncional porque se la ha negado la posibilidad de amar y normalizar su vida en una sociedad que expulsa como basura a las personas descabalgadas desde el nacimiento del sistema productivo. Es un personaje terrible, pero aceptable. Es una película totalmente distinta a *Baise-moi*. Ambas tratan de mujeres violentas, pero en *Monster* podemos observar muy bien cuáles son los mecanismos que se juegan en la empatía que desarrollamos frente a la ficción. ¿Es una forma más de restar poder simbólico a las mujeres? ¿Hay formas aceptables de ser violentas? ¿Puede causar algún tipo de diversión la violencia femenina? Y sobre todo, ¿de dónde procede este mecanismo deslegitimador del uso de la violencia por parte de las mujeres?

11.5 La violencia y el poder

En el mundo real y a lo largo de la historia, podemos comprobar que la violencia física ha sido un elemento fundamental para conseguir y mantener poder. Las antiguas culturas de la cuenca mediterránea se han caracterizado por un elevado grado de belicosidad del que nos han enseñado a sentirnos orgullosos (no tanto orgullosas). Las mujeres han estado excluidas de las guerras necesarias para construir los sucesivos imperios, pero también de los honores, el reconocimiento social y la ganancia de botines y riquezas que las guerras traían aparejadas. Estas afirmaciones no quieren decir que piense que las mujeres deberían haber formado parte de la cultura de la violencia, porque ese es otro debate que no voy a emprender ahora. Pero debemos pensar en las consecuencias y efectos del hecho de que las mujeres hayan sido excluidas de la guerra y de la excelencia ciudadana. En la Atenas clásica, por ejemplo (ese espacio simbólico del pasado reconstruido por los historiadores como nuestra gloriosa cuna cultural), las mujeres no tenían ningún papel en la vida pública. Su función básica era ser madres de ciudadanos, pero no tenían derechos políticos, eran educadas de forma distinta a los varones a partir de los siete años y su función en la guerra era ayudar a armar a los hombres, llorarlos y enterrarlos si morían en la batalla.

Con estos precedentes, poco han podido hacer las mujeres si querían participar en la guerra. Como mucho, camuflarse con los hombres, travestirse y acudir a ella con una identidad de varón, como fue el caso de Catalina de Erauso que, de monja, pasó a ser soldado en el siglo XVII, contando con la autorización del Papa y el Rey. Hay otras mujeres a las que se les ha valorado su participación en los conflictos armados, como la mítica Juana de Arco o Agustina de Aragón, pero casi todas han sido excepciones. La presencia de las mujeres en las guerras ha sido siempre limitada a su condición de *mujeres*: prostitutas y sirvientas que acompañaban a los soldados o formaron parte de los botines de guerra. Salvo algunas excepciones en los vikingos y otros pueblos del norte en la Edad Media, la presencia de las mujeres guerreras es, sobre todo, un elemento mítico.

La exclusión de la guerra se ha basado en la suposición de que las mujeres somos físicamente más débiles que los hombres. Las peleas femeninas dan morbo o risa. No son tomadas en serio, porque eso sería reconocerles legitimidad: las mujeres que pelean son unas locas. En los cuentos tradicionales, por ejemplo, a los personajes femeninos se les reconocía una gran capacidad de acción, pero siempre asociada a la astucia y la habilidad para conseguir alianzas entre los débiles y así salir triunfantes del conflicto con los poderosos. Blancanieves, por ejemplo, es ese personaje que consigue aliados, que es protectora y protegida por otros seres *pequeños* y desfavorecidos. Pero los cuentos populares han sido siempre una literatura menor, oral hasta el siglo XIX, y ha estado relativamente al margen de

la *gran literatura*: la literatura escrita, la de los textos de alta cultura, las leyendas heroicas. Ahí las mujeres han tenido, sobre todo, el papel de acompañantes. En ellos, la feminidad aceptable es la que se auto-controla y no participa en la violencia. Ellas podían ser poderosas, incluso malvadas, pero su poder devenía siempre de las *malas artes*. El engaño, los ataques indirectos, la ocultación de sus deseos y objetivos o la manipulación emocional eran las únicas estrategias posibles para los débiles. A lo largo de la historia, los niños, las mujeres, los sirvientes o los esclavos no han tenido derecho a usar la fuerza. Por eso, han tenido que recurrir al engaño como única estrategia de supervivencia. Pero, cuando la usan, son terriblemente sometidos, si hace falta por medio de la violencia física a la que se le añade el pecado moral: "eres una mentirosa".

11.6 Mujeres violentas

Pero donde hay dominación, hay siempre resistencia. Y las historias reales o ficticias de mujeres que se resisten a la dominación se han colado siempre en la literatura. Son mujeres bestiales, monstruosas, anormales, las que aparecen en esas historias. Una mujer violenta recibe el rechazo del grupo, es inteligible, imposible de entender, aunque haya utilizado la violencia en legítima defensa. En la cultura tradicional, no hay disculpa para una mujer violenta: las Bacantes, las servidoras del dios Baco que despedazaban animales vivos y se los comían; las indómitas Lilits que no se dejan dominar por los esposos; las Erinias, que torturaban sin fin a los muertos en el inframundo; las intrigantes Lady Macbeth, las Medeas que matan a sus hijos en venganza del amante; las Clitemnestras que traicionan a los esposos y les causan la muerte; las Judiths que seducen y asesinan a los poderosos enemigos. Todas ellas poseen un halo de extrañeza que las sitúa fuera de la racionalidad. Son pesadillas atroces y despiadadas que desafían la norma.

¿Por qué la literatura insiste entonces tanto en ellas? ¿Por qué está de moda sobre todo a partir de los años 90 del siglo XX de hacer películas con mujeres violentas? ¿Qué tiene cinematográfico que las mujeres se impongan por la fuerza? ¿Es una forma de exorcizar, neutralizar o anular el miedo a que las mujeres lleguen a imponerse por la violencia? Pudiera ser, si entendemos las representaciones mediáticas como un imaginario colectivo donde se representa, no la realidad, sino una *representación simbólica* de esa realidad. Es decir, un escenario donde vemos *encarnado* en ficciones no solo el poder, sino también sus fantasmas: todas las formas de subversión posible.

Por eso, los medios de comunicación son contradictorios. Por una parte, son conservadores, perpetúan estereotipos pero, por otra, los alteran. Son

conservadores porque reproducen la ideología dominante, pero también porque nos permiten sentir empatía (sin culpabilidad) por los canallas, ver que los rebeldes contra el sistema encuentran la felicidad o, incluso (y es el caso que nos ocupa), dar existencia a mujeres violentas que pueden serlo sin perder su *feminidad*. La ficción mediática es un lugar único donde los sueños de individualidad capitalista se cumplen sin que eso suponga una auténtica devastación para los procesos de integración necesaria en lo colectivo.

Hoy hay una preocupación acerca de si la ficción está haciendo a las adolescentes más violentas (un colectivo al que se le atribuye siempre una especie de debilidad mental). Es una queja muy común decir que las niñas de hoy en día son agresivas y mal habladas. He escuchado a muchos profesores y padres horrorizados por las actitudes femeninas. Sin embargo, no hay ningún estudio que corrobore que las niñas sean más violentas que en épocas pasadas.

Los medios tienen una posición ambivalente ante la violencia en la que fascinación y rechazo van unidas, porque vivir de forma integrada en una sociedad como la nuestra supone renunciar al ejercicio de la violencia personal, mientras que la ficción nos proporciona la posibilidad de sentir empatía y afecto por personajes que no son nada pacíficos, ni tienen un comportamiento ético. La ficción está llena de héroes que lo son, entre otras cosas, gracias a su capacidad para ejercer la violencia. Sería una tarea ardua y altamente especulativa para nosotros interpretar por qué esto es así y que nos llevaría al terreno de la psicología social, en la que existen interpretaciones múltiples sobre el comportamiento colectivo. En todo caso está claro que cuando unos temas aparecen de forma obsesiva y recurrente en la ficción es porque hay una preocupación social en torno a ellos.

Si aceptamos la hipótesis anterior, podemos preguntarnos qué puede significar la emergencia de modelos femeninos violentos en la narrativa cinematográfica. ¿Una preocupación por una posible *masculinización de las mujeres*? ¿Una neutralización del peligro que podría implicar que las mujeres adquiriesen las mismas capacidades físicas que los varones? Cualquier respuesta a estas preguntas no pasaría de ser un argumento imaginario, dada la poca investigación social que hay respecto a estos temas.

Tampoco contamos con investigaciones empíricas sobre a cuántas mujeres les gusta ver violencia en el cine o cuántas usan la violencia física en la vida real. Pero podemos pensar en un dato bastante objetivo para medir las formas de delincuencia: tomar los datos de la población carcelaria. En España, por ejemplo, según estadísticas del Instituto Nacional de Estadística en el año 2015, las mujeres representaban solo el 7’9% de la población carcelaria (un total de 4.432). Su perfil general es el de una mujer española entre los 40 y los 60 años. Respecto al tipo de los delitos, están ingresadas por homicidio, 305; por lesiones, 189; delitos contra la salud pública, 1 791; contra el orden público, 169 y por otros delitos, 514.

Es decir, la mayoría de los delitos que cometen no están directamente relacionados con la violencia, sino con el consumo de drogas y otros de carácter socioeconómico. En general, según el Gobierno son "menos proclives" a cometer delitos graves. Después de todos estos datos que nos dicen que solo en torno a un 10% de los delitos que comenten las mujeres están relacionados con la violencia, podemos preguntarnos: ¿Cómo sobreviven las mujeres en un mundo desigual en el que les corresponde la peor parte? ¿Cómo se las apañan para vivir sin delinquir? Esta es la gran cuestión que la sociología, la psicología o la filosofía deberían poder responder.

Por otra parte, el tema de la violencia ha estado presente en los debates feministas, si bien en el contexto del pacifismo basado, sobre todo, en el principio de que las mujeres somos "naturalmente" menos violentas, y pareciera que, además, tenemos de dar ejemplo de esa cualidad. El presupuesto es que la violencia y la guerra son cosa de hombres y que el feminismo, en sí mismo, es un movimiento pacifista. Por ello, la propuesta de las mujeres que usan la violencia física para conseguir sus fines pudiera parecer, para muchas mujeres (también para algunas feministas), una idea inaceptable. Desde esta perspectiva, la prefiguración de mujeres que usan la fuerza en la ficción no supone ninguna liberación y podríamos imaginar un mundo ideal donde los ideales pacifistas triunfaran. En todo caso, este es un debate que, si bien es muy interesante, nos desvía de mi objetivo, que es tratar de entender qué papel juegan las mujeres violentas en la representación social y, más en concreto, si pueden o no resultar modelos de empoderamiento para las mujeres jóvenes. Quede claro que no hablo de modelos de comportamiento, sino de modelos-de-posibilidad-de ser. Si en la ficción es legítimo que los varones utilicen la fuerza física, ¿no debe ser posible que esto ocurra también para los personajes femeninos?

12. LADY GAGA Y MARINA ABRAMOVIC: HEROÍNAS HIPERMODERNAS ENTRE EL POP Y LA VANGUARDIA

La mayor forma de rebelión es la creatividad.
OSHO (texto retuiteado
por LADY GAGA)

A finales del cada verano, el gran director de teatro y artista total Robert Wilson celebra una fiesta en su fundación Watermill Center de Long Island en Nueva York, en la que se reúnen los mejores artistas, las grandes *celebrities* del momento, y aquellos que pretenden abrirse camino en el difícil mundo de la creatividad y el arte contemporáneo. En la fiesta que se celebró el año 2012, dos mujeres en la cima de sus respectivas carreras anunciaron que iban a trabajar juntas. La *performer* Marina Abramovic comunicó que iba a colaborar en la promoción del disco *Artpop* de la cantante Lady Gaga, lo que fue recibido con muchísima expectación por la prensa internacional. Sin embargo, más de un periodista tuvo que recurrir a Internet para ver quién era Marina Abramovic, mientras que todo el mundo tenía claro quién era Lady Gaga. ¿Quién ayudaba a quién? ¿Qué tienen en común estas dos creadoras, además de ser mujeres? Aparentemente, pocas cosas.

La colaboración entre Lady Gaga y Marina Abramovic, consistió en que la primera accedió a realizar un retiro espiritual siguiendo el Método Abramovic en la casa de campo de la artista. La estancia generó treinta horas de grabación en la que se veía a Lady Gaga meditando, que la *performer* utilizó después para recaudar fondos para arreglar el teatro que alberga el Marina Abramovic Institute for the Preservation of Performance Art en Hudson en el estado de Nueva York. Abramovic participó a su vez en el desarrollo del vídeo publicitario del disco *Artpop* de Lady Gaga.

En el año 2012 ambas eran personalidades artísticas reconocidas, pero por cosas diferentes. Abramovic tenía sesenta y seis años y era la gran dama de la *performance* artística. Lady Gaga tenía veintiséis, y era ya una diva de la música pop mundial. También tenían en común la experiencia de lo necesario que es para una creadora conseguir llegar al gran público sobre todo a través de las redes sociales e Internet. La audiencia de Abramovic estaba formada por gente de clase media que visita los museos de vez en cuando, con cultura universitaria o media, progresista e interesada por el arte de las mujeres. A Lady Gaga la conocía mucha más gente de cualquier clase social y condición cultural, por sus pegadizas canciones, sus vídeos con aspecto alternativo, sus trajes estrambóticos, y su implicación con la causa LGBTI.

12.1 EXTRAÑAS ALIANZAS

Las alianzas entre artistas y personajes de la cultura pop han existido desde hace más de sesenta años. El caso más conocido es el de Andy Warhol, que no tuvo inconveniente en utilizar en sus obras de arte la imagen de los personajes más populares de Hollywood como Marilyn Monroe, Elizabeth Taylor o incluso los objetos más conocidos de consumo popular como la Coca-Cola y las famosas sopas Campbell. La novedad en el caso Gaga-Abramovic es que las mujeres no habían establecido nunca una alianza semejante para conseguir aumentar su presencia en los medios de comunicación o su prestigio artístico. Es muy significativo el titular que dio un periodista de *El País* en un texto publicado el 6 de septiembre de 2013: “Lady Gaga y Marina Abramovic, la extraña pareja”. Son una extraña pareja si pensamos como el escritor del artículo que siguen existiendo dos formas de cultura: la alta cultura y la cultura mediática que no se relacionan entre sí. Pero esta colaboración deja de ser extravagante si la interpretamos a la luz de un proceso que ha ido consolidándose a lo largo del siglo XX: la pérdida de límites entre lo culto y lo popular. Si algo caracteriza la denominada ‘hipermodernidad’ es que se ha puesto en evidencia que ambas dimensiones se necesitan, se retroalimentan, y ya no pueden darse una sin la otra.

El concepto de ‘hipermodernidad’ desarrollado por Gilles Lipovetsky en el año 2006 nos sirve para interpretar el intercambio colaborativo de ambas artistas. El término alude a la configuración de una sociedad hiperconectada gracias a las nuevas tecnologías de la información, que no han hecho más que profundizar en los efectos sociales que habían tenido los medios convencionales como la prensa, el cine o la televisión a lo largo del siglo XX. Rasgos propios de la cultura que se fueron desarrollando a lo largo del siglo XX como la obsesión por la imagen, la

obsolescencia cada vez más rápida de objetos y símbolos, la globalización económica y la territorial, han confluido en la formación de una cultura del ocio se ha convertido en un el elemento más importante de la dominación cultural de occidente en el mundo entero.

Además, uno de los efectos que han tenidos las nuevas tecnologías de la información ha sido la creación de redes sociales tipo Facebook, Twitter, Digg o YouTube que se han convertido en plataformas de influencia social. Lo novedoso es que los públicos o los consumidores ya no son meros receptores sino creadores de contenidos. La información, la ficción o el arte no está generado solo por personas especialistas en la creación de contenidos para el ocio (guionistas, directores, productores, actores, desarrolladores de videojuegos, diseñadores, etcétera), sino por aficionados que consiguen llegar donde no llegan los medios profesionales. En los últimos tiempos se ha acuñado el acrónimo 'prosumer', la unión de productor y consumidor en inglés, para explicar el fenómeno. Esta nueva forma de influencia, también ha incidido de forma radical en el trabajo de los y las profesionales del arte y la cultura. Ningún artista que quiera llegar al gran público puede prescindir del uso de las redes sociales, de los *influencer* o los *community manager* que gestionan de forma profesionalizada las redes sociales. En la colaboración entre Lady Gaga y Abramovic vemos materializada una estrategia de acercamiento a ese público influenciado no solo por las grandes empresas creativas y la publicidad convencional, sino por nuevos agentes sociales de influencia que son los aficionados y fans que casi siempre de una forma desinteresada, vuelcan en las redes sus pasiones por los personajes a los que admiran.

¿Qué ganaron entonces cada una de estas artistas con la alianza de apoyo mutuo que establecieron ante la prensa el año 2012? Marina Abramovic consiguió acceder a los millones de fans de Lady Gaga en el mundo entero, pero también Lady Gaga aumentó lo que el sociólogo Pierre Bourdieu llamó su "capital simbólico", al colaborar con una artista legitimada en el ámbito de la alta cultura. El capital simbólico podríamos definirlo como el prestigio cultural que poseen los textos creados por las clases dominantes. Los productos culturales que salen de ellas, son reconocidos como "arte", por la crítica especializada que también pertenece a esas élites. De esta forma, una obra o artista aumenta de valor en la medida en que asume las reglas que la alta cultura considera válidas.

Para una persona, la forma más evidente de conseguir capital simbólico es adquirir cualificaciones intelectuales a través de la educación formal: el colegio al que se asiste o los títulos universitarios conseguidos en universidades de mayor o menor prestigio. Pero también, con un carácter más informal, se acumula capital simbólico por los productos culturales que se consumen. Por ejemplo, da prestigio asistir al espectáculo *Vida y muerte de Marian Abramovic*, estrenado en el Teatro Real de Madrid (2013) dirigido por Robert Wilson, pero no lo da asistir a

un concierto de Lady Gaga. Y aquí está precisamente el vuelco que se ha producido en los últimos diez años. Lady Gaga no tiene prestigio cultural, sus canciones, videos o actuaciones no son consideradas alta cultura pero, sin embargo, posee una enorme influencia social medida por los fans que ha conseguido desde que, en el año 2012, lanzara la primera red social llamada littlemonsters.com. En solo un año llegó a tener trece millones de seguidores en Twitter, lo que la convirtió en la persona con más influencia en el mundo, porque hoy día, la influencia no se cuenta en dinero, sino en la cantidad de seguidores en las redes sociales.

12.2 ¿YA VIVIMOS EN UNA CULTURA FEMINIZADA?

Las élites culturales del siglo XX recelaron siempre de la cultura de masas, como desconfiaron también del arte hecho por mujeres, al que solían calificar de "artesanía". Todavía hoy las mujeres están solo relativamente integradas en los circuitos del arte y el negocio que se mueve a su alrededor. Andreas Huyssen tituló uno de sus textos "La cultura de masas como mujer: lo otro del modernismo"[12] en la que estudiaba cómo a principios del siglo XX las producciones culturales masivas eran calificadas de 'femeninas' porque fomentaban la pasividad, eran repetitivas, estereotipadas y conservadoras. En ese período, de paso que se deslegitimaba la nueva cultura de masas, se consolidaba la tradicional invisibilidad de las artistas que formaron parte de las vanguardias de principios de siglo. Vanessa Bell, Gabriele Münter, Sonia Delaunay, Benedetta Cappa Marinetti, Natalia Goncharova, Sophie Taeuber-Arp o las españolas Maruja Mayo o Ángeles Santos, son ejemplos de las dificultades que han tenido siempre las artistas no solo para desarrollar un trabajo creativo, sino para formar parte del canon artístico que dicta qué artistas sobreviven y los que no en la memoria colectiva.

La situación debería haber cambiado radicalmente a partir de los años setenta. Pero ya sabemos que no ha sido exactamente así. Los datos estadísticos son muy reveladores. Por ejemplo, en España las alumnas constituyen un 60% del total de estudiantes en las facultades de Bellas Artes, pero solo consiguen exponer en galerías y museos un 13, 7 %. En la principal feria de arte español Arco celebrada en el año 2017, solo un 25 % de las obras estaban firmadas por mujeres, y solo un 5% de ellas eran artistas españolas. Las artistas venden sus obras más baratas, y la representación femenina en los organismos institucionales es limitadísima. Por ejemplo, en la actualidad la Real Academia de Bellas Artes de San Fernando está formada por 521 hombres y 5 mujeres.

[12] Publicado en el libro *Después de la gran división. Modernismo, cultura de masas, posmodernismo,* Buenos Aires, Adriana Hidalgo editora, 2006.

Hay más mujeres ahora en cualquier área del mundo artístico que hace cincuenta años, pero siguen siendo insuficientes. ¿Cómo ha conseguido el capitalismo posmoderno apartarlas de los centros de poder económico y simbólico? Está claro que ya no existen las leyes discriminatorias, pero la diferencia de poder dentro del ámbito de la creación mediática y artística sigue siendo escandalosa. El ascenso de las mujeres en las profesiones de tipo creativo está controlado por una dinámica muy abstracta, pero a la vez muy extendida y penetrante en el ámbito social. La ficción, las elaboraciones culturales, la información que circula por el mundo, todo contribuye a dar una imagen negativa de las mujeres, empujándolas a las áreas simbólicas más devaluadas de la representación cultural. Las mujeres están presentes, pero en un doble sentido poco favorecedor: como consumidoras o como objetos de la publicidad. Su cuerpo sigue siendo el elemento más visible del mercado global de la publicidad, mientras que las mujeres de carne y hueso siguen estando expulsadas de la parte activa y productiva de ese sistema cultural. Por eso muchas artistas se dieron cuenta de que había que apropiarse de los medios, tomarlos como aliados para conseguir subvertirlos. Artistas como Jenny Holzer o Barbara Kruger son ejemplos de la conciencia que han tenido algunas creadoras de que las mujeres no deben someterse sin luchar a este tipo de exclusiones que tienen dos filos: el económico y el simbólico.

Un ejemplo del lugar al que aspiran las mujeres en las sociedades posmodernas es precisamente la posición que toman algunas creadoras que cuestionan las bases de lo que se considera arte. El siguiente ejemplo podrá ser considerado una simple anécdota, pero no deja de ser significativo: la primera vez que una mujer aparece "disfrutando" de las obras de arte de un museo y hace de esto un espectáculo, no provine de la "alta cultura", ni de ninguna artista reconocida, de ninguna conservadora de museos, de ninguna feminista militante, sino de unos de los iconos de la música pop de los años setenta: Barbra Streisand.

El 30 de marzo de 1966, la CBS retransmitió un especial de la artista titulado *Color Me Barbra*, que fue grabado al cincuenta por ciento en el Museo de Arte de Filadelfia. Las salas del museo aparecían vacías de público, mientras que la cantante iba bailado y transformándose en los personajes representados en los cuadros elegidos: Nefertiti, la reina María Antonieta o la modelo de Modigliani, con un estilo que hoy nos parece irónico y un tanto infantil. Esta grabación causó una gran conmoción en las clases cultas, que se tomaron esta actuación como una afrenta. No estuvo bien visto que una cantante de estilo pop utilizara el sacrosanto lugar del museo para hacer un vídeo publicitario de sus canciones. De repente el Arte con mayúsculas ya no era una cosa de gente de clase alta y educada, y pasaba a ser un simple telón del fondo con el que una simple cantante pop podía interactuar. La estrategia artística que Streisand puso en juego fue asociarse ella misma con el arte, no conformarse con el papel de espectadores

que tenían hasta entonces los públicos de los museos. Lo que hoy en día se llama precisamente "nueva museística" está basada en esta idea de participación activa del público en lo que ocurre en el museo, que ya no es un lugar solo para pasear y mirar, sino un sitio en el que pueden ocurrir cosas. El arte puede usarse como otro objeto cualquiera para fines individuales, destruyendo así el destino final y trascendente que tenía.

12.3 QUIÉN ES QUIÉN EN EL *SOFT POWER*

La relación entre Lady Gaga y Marina Abramovic se explica en un contexto social en el que la obsesión por la imagen personal, la rápida obsolescencia de objetos y símbolos, la globalización económica y comunicativa ha llegado a ser enorme. En este entorno complejo, los productos culturales necesitan y se alimentan del arte, al mismo tiempo que el arte alimenta la economía del ocio y las industrias culturales. Estados Unidos sigue siendo el centro de gravedad a la hora de definir qué está de moda y qué no, tal como ha venido ocurriendo a lo largo de todo el siglo XX. Frédéric Martel, decía en el año 2012, por ejemplo que "… la cultura norteamericana está en el corazón mismo de ese poder de influencia tanto si es *high* como si es *low,* tanto en el arte como en el *entertainment,* tanto si se produce en Harvard como si se produce en Hollywood". La penetración de la industria cultural americana en el mundo entero sigue siendo un elemento de colonialismo ideológico que alcanza también al mundo universitario y a la investigación. Él éxito mundial de artistas y creadores de todo tipo en el mundo entero, pasa por el triunfo en Estados Unidos, tal como le ha ocurrido a Marina Abramovic, un país que no ha tenido ningún problema en realizar un sincretismo entre la cultura pop y el mundo del arte y convertirlo en su propio sello de calidad.

Marina Abramovic es una artista de origen serbio con más de cincuenta años de trayectoria dedicada sobre todo a la *performance*. Su obra podría caracterizarse a través de dos rasgos fundamentales: la utilización de su cuerpo como materia artística, y el interés por la interacción directa con el público. En una ocasión casi se muere asfixiada en una actuación, y en otra tomó fármacos para experimentar alteraciones mentales y físicas. Un ejemplo de esta forma de trabajo es la *performance* realizada el año 1974 en la que se puso físicamente a disposición del público durante seis horas. Los espectadores podían usar una serie de objetos como un látigo, una pistola o unas tijeras en la interacción mantenida con la artista. El acto fue, según ella, una auténtica experiencia sobre el poder. Conforme iban pasando las horas, la gente se atrevía a ser más y más agresiva con el cuerpo indefenso de Abramovic. Contó después que llegó a sentir miedo pues, conforme

pasaba el tiempo notaba cómo la gente estaba más cerca de la agresión física. Uno de los grandes méritos de la artista ha sido conseguir vivir profesionalmente del arte durante muchos años, en un entorno nada favorable para las mujeres. Su éxito ha ido en aumento a lo largo del tiempo, hasta llegar en el año 2015, a conseguir el reconocimiento de los principales museos del mundo como el Guggenheim o el MoMA de Nueva York.

Por este tipo de trabajos, Abramovic es reconocida también como una de las principales artistas del arte feminista en las últimas décadas, sobre todo por la reflexión que hace en su obra sobre el cuerpo y el poder. Y sin embargo, ella nunca se ha llamado a sí misma feminista, porque considera que su categoría de 'artista' subsume cualquier otra condición personal. Según ella es una mujer, pero una mujer libre que vive entregada a la experimentación artística.

Lady Gaga es, en cambio, un perfil totalmente diferente. Cantante pop y compositora, fue fichada muy pronto por una discográfica importante. Su primer disco del año 2008, se titula significativamente, *The Fame*, y tras su segundo trabajo el año siguiente, *Monster*, inició una gira de exitosos conciertos. A los treinta y dos años, está considerada por las revistas Forbes y Time la persona más influyente del mundo, no por la cantidad de premios recibidos o por la cantidad de discos vendidos, sino por la cantidad de seguidores que tiene en las redes sociales. Es muy difícil determinar las claves de su éxito, ya que ninguno de los elementos ni musicales ni artísticos son en sus canciones y vídeos del todo originales. Sin embargo, si algo le sobra son fans y seguidores. Todo lo que hace públicamente Lady Gaga es motivo de comentarios apasionados en Internet y en los medios convencionales. Puede escandalizar poniéndose un vestido hecho con trozos de carne, o montar campañas solidarias para un montón de causas sociales, sea lo que sea, circulará en las redes y llegará a millones de personas.

El trabajo de Lady Gaga, pone en evidencia varias paradojas. En primer lugar es una cantante popular, pero ha fascinado a la cultura académica. Su nombre se ha convertido en una marca de modernidad y cultura crítica. Es una metonimia de las últimas tendencias y de las cambiantes identidades posmodernas. He encontrado por ejemplo algunos artículos académicos con títulos como "Cuerpo y transgresión: de Helena de Céspedes a Lady Gaga" (2011)[13] que en realidad habla de los hermafroditas en la historia; *Lady Gaga and the Civil Religión* (2011)[14] que es un ensayo sobre ética, o el libro sobre Teoría Queer del 2012 titulado *Gaga feminism: Sex, Gender, and the End of Normal*[15]. En realidad ninguno habla de Lady Gaga, sino que usan su nombre como un gancho comercial que provoca curiosidad en el público. El triunfo tan rápido de la cantante en el universo de la

13 Artículo de Begonya Enguix Grau.
14 Libro de Frederick Turner.
15 Libro de J. Jack Halberstam.

cultura pop ha provocado que muchos de los trabajos que se llevan a cabo en el área de la sociología de la fama, la tomen como el objeto de estudio más significativo del panorama internacional.

La segunda paradoja tiene que ver con el antiguo antagonismo planteado en la teoría clásica entre el espectáculo de masas y el arte culto. Desde su debut con su primer álbum en el año 2008, el éxito de público de Lady Gaga no ha parado de aumentar: algunos de sus discos han sido los más vendidos del mundo. Sus apariciones públicas son siempre un espectáculo que la prensa mundial comenta con fruición, y en su corta carrera en el tiempo ha acumulado los premios más importantes de música pop. Pero Lady Gaga se vende a sí misma no solo como una cantante o una compositora más, sino como una creadora que se mueve en el nuevo terreno ambiguo creado entre la alta cultura y la cultura *mainstream*. La artista convierte en un éxito que trasciende lo popular todo lo que toca. Por ejemplo, su famoso traje que parece carne cruda ha pasado a formar parte de la colección del Museo Nacional de Mujeres de Arte de Washington D.C. desde el año 2013.

Es tentador relacionar a Lady Gaga con la artista Cindy Sherman. Su estética cambiante, híper-elaborada y cargada de significación, se parece mucho al trabajo de la artista en sus auto-fotografías, en las que se muestra con distintas identidades en un ejercicio de transformismo caleidoscópico. No sabemos muy bien quién es Cindy Sherman, pero tampoco sabemos quién es de verdad Lady Gaga, más allá de los pocos datos biográficos que están publicados en Internet. Para ambas creadoras la identidad personal es como un traje que se construye sin estabilidad, cada vez es una cosa distinta: vestida de novia, con un traje de carne, con ropa masculina o hipersexualizada. Incluso en sus apariciones desnuda o sin maquillar ante la cámara, da la sensación de estar construyendo una máscara puesta en función de un significado más general y trascendente. Pese a sus extravagancias, Lady Gaga no altera las normas de la feminidad definidas y normalizadas a través de los medios de masas, que exigen siempre una auto-representación del cuerpo femenino construido como un espectáculo que captura la mirada del espectador hipnotizado por la extrañeza, lo extravagante o lo sofisticado de un cuerpo que no abandona nunca la voluntad de significar.

La tercera paradoja tiene que ver con la construcción moderna de los ideales del artista como 'genio' creador que la crítica feminista ha cuestionado tanto, porque excluye a las mujeres. Un genio es un varón dedicado en cuerpo y alma a la creatividad, desinteresado de lo cotidiano, ensimismado en el quehacer artístico, que hace obras trascendentales para la eternidad. La posmodernidad, en cambio, se ha definido por el rechazo de este tipo de figuras individualistas, ya que el genio que se valora es el colectivo y anónimo que trabaja por un fin político.

Incluso las obras individuales son valoradas en función de lo que representan para todo el grupo social.

En la posmodernidad se vivió 'la muerte del autor', que significó que cualquier obra de arte podía ser interpretada de forma libre por su público, que consideraba legítimo obviar las intenciones que hubiera tenido el autor. La interpretación es libre porque los y las creadoras no inventan, sino que toman prestado un lenguaje artístico creado por la comunidad a lo largo de los siglos, pero ese lenguaje no les pertenece. Ejemplos de esta postura posmoderna que apuesta por lo colectivo pueden ser las obras de dos grupos de artistas anónimos como el americano Guerrilla Girls, que ya hemos citado, en el mundo del arte, o el de escritores italianos, Wu Ming. El primero se fundó en 1985 y el segundo en el año 2000. Las fechas son significativas porque nos permiten preguntarnos cuánto queda del discurso sobre la creación anónima tanto en la cultura pop como en el arte culto.

Si analizamos el trabajo de Lady Gaga, podemos llegar a la conclusión de que ninguna de las dos dimensiones de la producción cultural renuncia a la construcción mítica del creador individual, y que las mujeres han entrado en este contexto a formar parte de ese grupo de genios tocados por la divinidad del arte. Sin embargo, esto es solo una verdad a medias, en realidad, Lady Gaga es una creación de un grupo colectivo de creadores que utilizan las estrategias propias del capitalismo *creativo* y ultracompetitivo de los últimos tiempos. Lady Gaga se vende como la imagen de la artista total, del genio romántico que todos debemos dejar aflorar. Dice que compone sus canciones, participa en el diseño de sus espectáculos, de sus trajes, decide dónde intervenir de manera política apoyando alguna causa social, pero sus espectáculos no existirían sin un entramado creativo altamente especializado propio de la industria cultural que fabrica eventos a gran escala.

En la crítica académica tendemos a elaborar interpretaciones de tipo simbólico de los textos, dejando un poco de lado el hecho de que los éxitos comerciales, suelen ser el resultado de estrategias de marketing. El éxito inicial de Lady Gaga, es un ejemplo, ya que tuvo que ver con su incorporación a una campaña de relanzamiento de los premios Grammy en el año 2009. En ese año, los organizadores de este evento se dieron cuenta que solo el 14% de los espectadores que seguían el evento televisivo tenían entre 18 y 49 años. La realidad era que contaban con un público abundante, pero envejecido, lo que llevaría a la empresa a la extinción en un plazo relativamente corto. Con estos datos al descubierto, los anunciantes asociados a este premio, comenzaron a cuestionarse seguir invirtiendo en él. Para hacerse con un público más joven, para los premios del 2010 encargaron a la empresa de marketing integrado, TBWA\Chiat\Day, que diseñaran una campaña que se llamó We're All Fans, que cubría los medios tradicionales como la televisión, pero también las nuevas tecnologías. La compañía desarrolló un programa

a través del cual los fans podían incluir frases impactantes para elaborar un mosaico visual de sus artistas favoritos. Por otra parte, la agencia intentó atraer a algunos artistas, que en su mayoría eran escépticos frente a Internet, y que temían que la difusión de la música gratuita perjudicase sus ventas. Lady Gaga fue una de las primeras que aceptó intervenir en la campaña de TBWA\Chiat\Day anunciando en la web y en televisión la campaña We're All Fans. El vídeo promocional de los Premios con la artista se subió a YouTube y obtuvo un éxito arrollador en Twitter, Facebook y MySpace y fue visto dos millones de veces durante las semanas anteriores a la celebración de los premios.

Otro rasgo de la contradictoria hipermodernidad es lo que tiene Lady Gaga de trascendente y de banal al mismo tiempo. De la misma forma que aprovecha la estética publicitaria y de videoclip donde su cuerpo aparece hiperfeminizado y expuesto a la mirada pública, se permite aparecer vestida de hombre representando su alter ego masculino. Ha sabido convertirse en un icono de la marginación y la incomodidad adolescente frente al mundo adulto, apoya la causa gay, e incluso juega a la ambigüedad entre el feminismo militante y la indiferencia. Se atreve a citar en sus vídeos elementos religiosos, que son criticables por ciertos colectivos, pero al mismo tiempo, digeribles porque no ataca a nadie directamente. Sus críticas son irónicas, y por lo tanto, distanciadas. Un ejemplo es el polémico videoclip "Judas" donde interpreta a María Magdalena, en el que vemos personajes que podrían ser Judas o Jesucristo, pero que no resultan del todo creíbles porque no llegan a estar tratadas visualmente como símbolos religiosos.

La empresa Lady Gaga ha entendido que en la hipermodernidad hay que fabricar nuevos públicos con instrumentos que no existían con anterioridad: los modelos de comunicación *peer to peer*, la economía del regalo (*gift economy*), el marketing viral, estrategias, que como ya hemos dicho, han situado a los espectadores como agentes de producción de cultura al mismo tiempo que la consumen. El fenómeno fan es la parte fundamental de la nueva industria cultural y Lady Gaga es una de las artista que mayor éxito ha conseguido en la utilización de estas nuevas redes, por eso el disco que se anunció para noviembre de 2011, *Artpop*, fue planificado para ser distribuido de forma viral. Lady Gaga posee el capital más importante en la hipermodernidad que son los fans y seguidores que participan en todas sus propuestas de forma apasionada en un universo saturado de información. En unas declaraciones a *The Guardian* explicó que *Artpop* era más que un disco, una "experiencia multimedia" que se serviría al público acompañado de una aplicación para iPad, iPhone, etcétera, y "será completado con charlas, películas para cada canción, música adicional, contenido, juegos, actualizaciones de moda, revistas...", no hay límite entre los géneros ni los soportes en los que se debe intervenir. Es la mujer más influyente en Internet, y al mismo tiempo consigue parecer míticamente alternativa y conectar con su público a través del

sentimiento adolescente de considerarse raros, marginados o "monstruos" como ella denomina a sus fans.

Lady Gaga es un personaje profundamente polifacético, pero sus altas dotes comerciales se ponen en marcha cada vez que saca un disco, comercializa un perfume, escribe críticas de moda o hace de modelo o actriz. No tiene problemas a la hora de concederse a sí misma una trascendencia espiritual y casi religiosa, diciendo por ejemplo que toda su vida es "de servicio a mis fans", y que todas sus creaciones colectivas están dirigidas a conseguir efectos estéticos sobre ellos otorgándoles la cualidad de ser una masa pensante y creativa: "Quiero que la imagen sea tan fuerte que los fans quieran comer, saborear y lamer cada parte de nosotros." En una ocasión envió una frase del gurú Osho por Twitter a sus 15 millones de seguidores: "la mayor forma de rebelión es la creatividad", borrando una vez más la diferencia entre la cultura pop y la espiritualidad sincrética típica de la posmodernidad. Al mismo tiempo, Lady Gaga ofrece a sus fans en sus videoclips, concebidos como si fueran pequeñas películas, un cóctel de los elementos básicos de la cultura *mainstream*: el sexo, la violencia y el poder.

Sus trabajos audiovisuales son de una gran ambigüedad respecto a las reivindicaciones de las mujeres. Por un lado ella declara que su trabajo tiene como fin empoderarlas, pero su representación suele ser sexualizada. Su frivolidad se alterna con su filantropía, actividades que en la era posmoderna han ido sustituyendo a las reivindicaciones políticas tradicionales que se ejercían a través de partidos políticos o sindicatos. Pueden no existir los grandes ideales de justicia e igualdad vinculados a un proyecto político más general, pero siguen existiendo las acciones puntuales en reivindicación de ciertos colectivos. Lady Gaga ha sido muy activa en este sentido. Ha dado conciertos para recaudar fondos para varias causas (como Haití en el 2010), diseñó una pulsera para recaudar fondos tras el tsunami de Japón en el 2012 y declaró que quería donar dinero para apoyar a las víctimas del huracán Sandy, apoyar campañas de Unicef en contra del acoso escolar y luchar contra el sida y el apoyo a la comunidad LGBTI, que la considera un icono, entre otras cosas por haber declarado su bisexualidad. Todo esto se completó con la creación de Born This Way Foundation (BTWF) en 2011, que tiene como objetivos trabajar por el empoderamiento de la juventud, la lucha contra el acoso escolar, la anorexia y la bulimia.

Lady Gaga involucra de un modo total a su público en todas las campañas, en una amalgama de objetivos que van, desde la venta de discos a la filantropía, del arte como elemento crítico en el sistema, a la adaptación absoluta y disciplinada a la exigencia mediática de aparecer hipersexualizada, de la parodia de la religión cristiana a la exaltación de la espiritualidad oriental tan de moda en occidente en los últimos años. No hay límite en la representación de lo paradójico. La *atención desatenta* que generan las nuevas tecnologías en los receptores, el

contacto rápido y perecedero entre los fans y las estrellas, se ha convertido en la fuente de poder de Lady Gaga.

Por su parte, Marina Abramovic (Belgrado, 1946) es una de las artistas contemporáneas mundialmente conocidas. Ha desarrollado un trabajo constante desde los años setenta, en un negocio del arte que dificulta la permanencia a través del tiempo de las mujeres como creadoras. Abramovic tiene una formación universitaria clásica en Bellas Artes, y sus primeras exposiciones públicas se realizaron en un contexto creativo donde la *performance* era el producto de más éxito en el mundo del arte. En sus primeras intervenciones utilizaba el cuerpo como elemento artístico, interesada sobre todo en investigar sobre los estados de conciencia, tema que marcó el futuro de su trabajo. Durante treinta años, ha conseguido mantener una gran productividad, y a partir del 2010 se ha convertido en una de las artistas más conocidas en el mundo. Ese año el MoMA organizó una retrospectiva suya en la que participó con la *performance* más larga que se había hecho nunca. Estuvo sentada 716 horas en una mesa en la que los espectadores, por turnos, se iban sentando frente a ella. Este año 2013 se estrenó un documental dirigido por Matthew Akers titulado *La artista está presente* que ha recibido el reconocimiento de varios premios en festivales internacionales. Sus trabajos han sido objeto de la crítica académica dedicada a desentrañar el sentido de su obra respecto al uso del cuerpo como elemento artístico. La exposición del MoMA supuso para Abramovic, un reconocimiento público sin precedentes sobre todo porque, tal como ha reconocido, atrajo a un público joven al que no tenía acceso anteriormente, proporcionándole una fama mundial que no había tenido nunca. En una conversación con Riccardo Tisci, diseñador de la casa Givenchy, afirmaba que parte de este éxito se lo debe a Lady Gaga que fue a ver su retrospectiva. Aunque no llegó a sentarse frente a ella porque había mucho público, Abramovic se dio cuenta de que a su alrededor había jóvenes de doce, catorce o dieciocho años que se interesaron por su trabajo gracias a su visita. Eso le hizo ganar una nueva audiencia. Lanzó así su carrera al ámbito *mainstream,* y cambió su vida completamente.

La artista ha conseguido un gran éxito de público, lo que le ha permitido entrar en los circuitos del los grandes espectáculos de masas. De ser una creadora alternativa de los años setenta se ha transformado en una artista reconocida en los circuitos de alta cultura. Tal como ya hemos comentado, en el año 2012 presentó un trabajo en el Teatro Real de Madrid, *Vida y muerte de Marina Abramovic,* una ópera que había sido estrenada en Mánchester en el año 2011, dirigida y creada por el director americano Robert Wilson. La obra es narrada por Willem Dafoe y parte de la música fue desarrollada y cantada por el artista transgénero Antony Hegarty (en la actualidad llamado Anohni). Esta piaza es muy significativa porque supuso el desarrollo de un terreno intermedio entre la baja y la alta

cultura. No debemos ver esta relación entre Lady Gaga y Abramovic simplemente como una alianza interesada entre artistas, sino como una muestra de cómo han ido evolucionando tanto el mercado del arte como la cultura pop. Estos ámbitos se conjugan intercambiando valor simbólico y valor comercial, en un entorno donde el entretenimiento es el motor de la economía que sostiene la cultura.

El consumo cultural puede entenderse también como un "sistema de recompensas" que obtienen los consumidores cuando compran una exposición, una canción o ven una película. Esas recompensas van más allá de lo que se consigue de forma instrumental cosas como divertirse, relajarse, pasarlo bien. Tradicionalmente, en la alta cultura (por ejemplo ir a la opera) las recompensas simbólicas eran muy importantes porque hacía que la gente que asistía a un evento, sintiera que formaba parte de una élite cultural. Bourdieu decía que, en cambio, la cultura popular tiene un sistema de recompensas más inmediato e instrumental. Ir al cine, a un concierto o ver la televisión no aporta prestigio cultural, pero sí diversión o entretenimiento inmediato.

En la actualidad, al borrarse las fronteras entre la alta y la baja cultura, el sistema de recompensas sobre todo de la alta cultura se ha desestabilizado. Los artistas reconocidos en los museos integran de forma no problemática elementos de la cultura de consumo. Elementos banales que acaban convertidos en objetos de culto artístico. Damien Hirst, Jeff Koons o Takashi Murakami son ejemplos de este proceso cambiante que se ha ido desarrollando sobre todo en el contexto americano. Takashi Murakami llegó al punto máximo de encuentro entre estas dos formas de hacer dinero con el arte y la cultura cuando el museo de Brooklyn en New York montó una retrospectiva de su obra e incluyó en ella una tienda real de Louis Vuitton que vendía bolsos diseñados por él. Esto es una muestra no solo de que se han desdibujado las fronteras entre el Arte y la cultura popular, sino entre el Arte en sí mismo y el negocio. Algunos teóricos como Michael Findlay han afirmado que los marchantes de arte actuales son *empresarios de la celebridad*.

La simbiosis entre la cultura mediática y la alta cultura, la necesidad que una tiene de la otra en los circuitos comerciales, se puede estudiar en lo que ha sido la fulminante carrera de Lady Gaga, pero también en la dilatada carrera de Marina Abramovic. Que Lady Gaga haya realizado una *performance* en el Museo de Arte Contemporáneo en Los Ángeles luciendo el primer sombrero diseñado por el arquitecto Frank Gehry sobre un piano decorado por el artista Damien Hirst es un símbolo de una época. Pero también lo es, con todo lo contradictorias que puedan ser estas estrategias publicitarias, que Abramovic se fotografíe con un jersey de Givenchy diseñado por Riccardo Tisci con la palabra 'favelas', para denunciar los problemas de marginación y desigualdad que todavía se mantienen en el mundo.

Lady Gaga afirma en su web que “La cultura pop es arte” haciendo una declaración de intenciones. Tanto la cultura pop como la alta cultura son compatibles y nadie debe renunciar a esta conjugación que, en el fondo, significa que el gran arte que aporta capital simbólico, puede estar controlado por una bohemia de vanguardia que pertenece a la cultura pop. En una ocasión ella afirmó: “Me esfuerzo por ser una Warhol femenina. Quiero hacer cine y música, fotografía y pintura también. Hacer moda. Hacer grandes instalaciones en museos. Me gustaría ser probablemente más mediática que él –combinando medios e imágenes y haciendo arte interactivo”.

Tanto Marina Abramovic como Lady Gaga se han hecho con un prestigio aurático/áureo que las convierte, como a otros famosos, en personajes trascendentes, capaces de darnos lecciones sobre el sentido de la vida. El culto a los famosos y a las famosas es casi una religión, en el sentido de que pueden sustituir los valores religiosos, porque son capaces de aportar un escape al tedio y la rutina de la vida diaria, y funciona como vínculo social. En su “Manifesto of Little Monsters” Lady Gaga declara que “es en la teoría de la percepción donde establecemos nuestros vínculos (…) No somos nada sin nuestra imagen. Sin nuestra proyección. Sin el holograma espiritual de quien percibimos que somos o de lo que nos transformaremos en el futuro”. ¿Qué aportan estas triunfantes mujeres al movimiento feminista? Aparentemente poca cosa. Para las artistas siempre hay un temor de identificarse con este movimiento porque temen ser encajadas en el arte de mujeres, ese arte que no es el universal ni para todo el mundo.